सामुदायिक रेडियो
समस्या र समाधान



रघु मैनाली
राजेश घिमिरे

सामुदायिक रेडियो

समस्या र समाधान

सम्पादन

रघु मैनाली/राजेश घिमिरे

सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्र
नेपाल वातावरण पत्रकार समूह

सामुदायिक रेडियो : समस्या र समाधान
COMMUNITY RADIO : Problem & Solution

सम्पादन
रघु मैनाली
राजेश घिमिरे

डिजाइन/कम्प्युटर
वेविना श्रेष्ठ

पहिलो संस्करण
२०६१ असार

छापिएको प्रति
१०००

प्रकाशक
कम्युनिकेसन असिस्टेन्स फाउन्डेसन (CAF, Netherland) को सहयोगमा
सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्र (नेवापस)
थापाथली, काठमाडौं

मूल्य रु. ५०।-

साधुवाद !

मोहन विष्ट /रेडियो सगरमाथा
दधिराम सुवेदी /स्वर्गद्वारी एफएम
भरत भुसाल /रेडियो लुम्बिनी
गुणाकर अर्याल /रेडियो मदनपोखरा
दिलीप राई / हिमचुली एफएम
झपेन्द गहिरे / मुक्तिनाथ एफएम
ध्रुवबहादुर शाही / बुलबुले एफएम
तारानाथ खनाल /रेडियो भेरी आवाज
विश्वराज पछ्ल्डङ्या /घोडाघोडी एफएम
नारायण सापकोटा / रुपन्देही एफएम
खेमराज सापकोटा /विजय एफएम
यमबहादुर दुरा / भेरी एफएम
शम्भु कार्की/ पालुङ एफएम
राजेन्द्र श्रेष्ठ / पर्यावरण चक्र एफएम
मीनबहादुर सिंह / साइपाल एफएम
मनरूप शाही, नेप्च्युन / मेट्रो एफएम
धातृप्रसाद सुवेदी / नेवापस

सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्र/नेपाल वातावरण पत्रकार समूहले २०६१ वैशाख २६ गते बुटवलमा आयोजना गरेको 'नेपालमा सामुदायिक रेडियो अनुभव आदान-प्रदान कार्यक्रम' मा उल्लिखित व्यक्तिहरूद्वारा अभिव्यक्त विचारहरूका आधारमा यो पुस्तक तयार गरिएको हो । उहाँहरूका अमूल्य विचारका लागि आभारी छौं ।

रघु मैनाली
राजेश घिमिरे

प्रत्येक व्यक्तिलाई विचारको
स्वतन्त्रता र अभिव्यक्तिको
अधिकार छ ।
यस अधिकारमा बिना कुनै
हस्तक्षेप आफ्ना मतहरू बनाउने
र
बिना रोकतोक कुनै पनि
सञ्चारमाध्यमद्वारा
सूचना प्राप्त गर्ने, खोज्ने र प्रसार
गर्ने
अधिकार समावेश छ ।

धारा १९, मानव अधिकारको विश्वव्यापी
घोषणा

विषय सूची

अध्याय एक

प्रतिबद्ध र महत्त्वपूर्ण प्रयन्त ७

अध्याय दुई

असहयोगको पीडा ११

अध्याय तीन

आम्दानीको अप्ठ्यारो २१

cg';"ꟷ!

एकाधिकारको अन्त्य २७

cg';"ꟷ@

सामुदायिक रेडियो सञ्चालन समस्या, सम्भावना र चुनौती ३०

cg';"ꟷ#

सामुदायिक रेडियो अवधारणा र सञ्चालन ३४

cg';"ꟷ$

नेपालमा सामुदायिक रेडियो अनुभव आदान-प्रदान ५०

एक
प्रतिबद्ध र महत्त्वपूर्ण प्रयन्त

सुरुमा निकै धक मानिन् तर पछि आफ्नै भाषा बोल्ने रेडियोकर्मी भेटेपछि कुरो खोलिन उनले । गाउँबाट भर्खर दाङको घोराही बजार झरेकी ती महिलाको छोरा हराएको रहेछ र कसैले उनलाई रेडियो स्वर्गद्वारी गए छोरा पाइने बताएपछि उनी स्टेशन आएकी रहिछन् । उनलाई त्यहीँ राखेर ३/४ पटक रेडियोबाट सूचना प्रसार गरेपछि स्टेशनमा फोन आउन थाले । र, उनको छोरा भेटियो । अनि उनले रेडियोकर्मीको गोडा ढोगेर धन्यवाद दिन खोजिन् ।

दाङको सामुदायिक रेडियो स्वर्गद्वारीमा मात्र होइन, नेपालमा स्थापना भएका २० वटा सामुदायिक रेडियोमा यस्ता घटना प्राय: भइरहेका हुन्छन् । रुपन्देहीको रेडियो लुम्बिनीका कारण त त्यस क्षेत्रमा 'रेडियोमा विज्ञापन नदिए हराएको भैंसी पाइँदैन' भन्ने आख्यान नै बनिसकेको छ ।

हेर्दा सामान्य लाग्छ यो प्रभाव, अझ रेडियो, टेलिभिजन, अखबार, इन्टरनेट, टेलिफोन, मोबाइललगायतका सूचनाका अनेकन माध्यमसम्मको सहज पहुँच भएका काठमाडौंलगायतका सुविधासम्पन्न ठाउँका मानिसका लागि त यसले कुनै अर्थ नै राख्दैन, किनकि उनीहरूले त्यस्ता समस्याका सहज निराकरणका माध्यमको उपयोग पहिलेदेखि नै गर्दै आएका हुन् । उनीहरूका लागि यो सूचना क्रान्तिको युग हो । यो क्रान्तिले ज्ञानको अथाह भण्डारको ढोका खोलिदिएको छ अनि त्यो ज्ञानले जागरणमात्र ल्याएको होइन, अवसर सिर्जना गरेको छ, त्यही ज्ञानले आत्मविकाससँगै भौतिक विकासलाई सहज बनाएको छ । तर यो सुविधा पाउनेको संख्या साह्रै सीमित छ । अधिकांश नेपालीका लागि त यो सपनाको एउटा संसारमात्र हो ।

राष्ट्रिय सञ्चार नीति- २०४९ र त्यसको भावनाअनुरूप बनेको राष्ट्रिय प्रसारण ऐन २०५२ ले सञ्चारको आधुनिक सुविधाबाट वञ्चित आमनेपालीका लागि एउटा ठूलो सम्भावनाको द्वार खोलिदियो, आमजनताका हातमा एफएम (फ्रिक्वेन्सी मोडुलेसन) रेडियोको सञ्चालनका लागि अधिकार दिएर । अहिले स्थानीय तथा सामुदायिक रेडियोहरू आमनेपालीलाई सूचनाको उज्यालो संसारतिर डोर्‍याउने प्रयासमा छन् ।

स्थानीय रेडियो, विशेषगरी समुदायका लागि स्थापित भएका र नाफा कमाउने उद्देश्य भएका सामुदायिक रेडियाको यो प्रयासले अधिकांश नेपालीले ताजा सूचनाको स्वाद भर्खरमात्र चाख्न पाएका छन् । र त्यो स्वादलाई मनोरञ्जनमा मात्र सीमित नगरी एउटा सुविधा र अवसरका रूपमा प्रयोगको प्रयासमा छन् उनीहरू । त्यस्तो सुविधा र अवसर, जुन २०५४ साल जेठ ९ गते रेडियो सगरमाथाको स्वतन्त्र आवाज जनताका कानमा नगुन्जिन्जेलसम्म सिंहदरबारको कब्जामा थियो । सरकारको रेडियोमाथिको एकाधिकार पनि त्यसैदिन तोडियो, आमजनताका हातमा रेडियोजस्तो सहज र सस्तो सूचनाको माध्यम पऱ्यो । त्यसलगतै स्थानीय र सामुदायिक रेडियोको माध्यमबाट प्रसारित सूचनाले जनतालाई सशक्तीकरणको नयाँ युगमा लाँदैछ ।

सशक्तीकरणको यो काममा तीन किसिमका सामुदायिक रेडियोहरू लागी परेका छन्, पहिलो गैरसरकारी संस्थाबाट सञ्चालित रेडियो सगरमाथाजस्ता रेडियोहरू, दोस्रो सहकारीद्वारा सञ्चालित रेडियो लुम्बिनीजस्ता रेडियो र स्थानीय निकायद्वारा सञ्चालित रेडियो मदनपोखराजस्ता रेडियाहरू ।

के त्यति सहज छ त सामुदायिक रेडियो सञ्चालन गर्ने काम ?

नाफा कमाउने उद्देश्य बोकेका एफएमहरूका लागि आर्थिक स्वार्थका कारण सरकारद्वारा प्रदान गरिने अनुमतिपत्र अलि सजिलो गरी उपलब्ध हुन्छ, पैसाकै कारण उनीहरू राम्रा प्रविधिमात्र होइन, राम्रा प्राविधिक तथा सञ्चारकर्मीलगायतका जनशक्ति हातमा लिन सक्छन् । त्यससँगै विज्ञापनमा पनि उनीहरूकै हात माथि हुन्छ र त्यसले एफएमलाई दिगो बनाउन सक्छ । नाफा कमाउने रेडियोमा लगानीकर्ताको सीमित संख्याका कारण निर्णय प्रक्रिया पनि छिटो हुन्छ । अर्थात् मालिक आफैं वा मालिकहरूको चुनिएको व्यवस्थापनले रेडियोलाई चुस्त बनाउँछ । चुस्त व्यवस्थापन र बलियो आर्थिक आधारकै कारण उनीहरूलाई रेडियो चलाउन सहज हुन्छ । नाफा नभए बन्द गराउने काम पनि व्यापारिक रेडियोका लागि सहज नै हुन्छ । अर्थात्, विशुद्ध व्यापारिक उद्देश्य हुन्छ र दायित्व कम हुन्छ यस्ता व्यापारिक रेडियोको हकमा । सूचनालाई एउटा 'उत्पादन' का रूपमा हेरिन्छ र जुन 'उत्पादन' बढी बिक्री हुन्छ त्यसलाई नै बढी बजारमा पुऱ्याइन्छ, जस्तो हिन्दी गीत, सस्ता व्यङ्ग्य, यौनसम्बन्धी सामग्री र राजनीतिक घटनाक्रमहरूका हल्लका टिप्पणीलाई बढी महत्त्वका साथ प्रसारित गरिन्छ ।

तर विल्कुलै फरक छ, सामुदायिक रेडियोको संसार । समुदायको वृहत्तर हित हेरिने अधिकांश सामुदायिक रेडियोको आर्थिक अवस्था नाजुक नै हुन्छ, थोरै पुँजी, धेरै दायित्व । पुँजीको अभावले व्यवस्थापन प्रक्रियालाई समेत कमजोर बनाएको हुन्छ । कम पुँजीको अर्थ, कम तलब हो र जसका कारण दक्ष जनशक्तिलाई आफूभित्र समेटिराख्न गाऱ्हो छ, सकियो भने पनि लामो समयसम्म तिनलाई अडाएर राख्न सकिँदैन । सामुदायिक रेडियोको दिगोपन उनीहरूसँग कति दक्ष कर्मचारी छन् भन्नेमा भन्दा प्रतिबद्ध सामाजिक परिचालक वा कार्यकर्ता कति छन् भन्नेमा भरपर्छ । त्यस्ता सामाजिक परिचालक जो समाजलाई सुसूचित र सशक्तीकरण गर्नका लागि स्वयंसेवा वा कम तलबमा काम गर्न तयार छन्, तिनले नै सामुदायिक रेडियोलाई दिगोपनतिर डोऱ्याउँछन् ।

कम पुँजी र समाज परिवर्तनको भावनाले सामुदायिक रेडियोले स्थापना अगाडिदेखि नै अनावश्य झन्झटको सामना गर्नुपर्ने हुन्छ । किनकि, उनीहरू घूस दिन नचाहने वा नसक्ने भएकाले सरकारी निकायबाट लाइसेन्स लिने प्रक्रियादेखि नै समस्या पर्न थाल्छ । घूसको अभावमा अहिलेसम्म सरकारी कर्मचारीदेखि राजनीतिक नेतृत्वलगायत मन्त्रीहरूसमेत सामुदायिक रेडियोलाई अनुमति दिने मामिलामा अनुदार नै देखिएका छन् । समुदायको वृहत्तर हितमा चल्ने र चाहिएका बेलामा 'राजनीतिक' उपयोग गर्न नसकिने भएकाले पनि अधिकांश राजनीतिक नेताहरू सामुदायिक रेडियोलाई अनुमति दिने काममा अनिच्छुक देखिएका छन् । अर्कोतिर आर्थिक लेनदेनमा कमजोर देखिए पनि अनुमतिपत्र लिनका लागि सामुदायिक रेडियोले 'राजनीतिक प्रभाव' को उपयोग र 'लविङ' लाई अनुचित मानेका छैनन् । त्यसो नगरिएको भए आज अधिकांश सामुदायिक रेडियो अस्तित्वमा आउन सक्ने थिएनन् ।

अनुपतिपत्र पाएपछि पनि सामुदायिक रेडियोहरूमा अर्को समस्या थपिन्छ, राम्रो प्रविधि र दक्ष व्यवस्थापनको । माथि भनिएझैं यो मूलत: पुँजीको अभावका कारण सिर्जित समस्या हो । दक्ष व्यवस्थापन र पैसाका अभावका कारण कतिपय सामुदायिक रेडियोले कामचलाउ खालका प्रविधिमा भर पर्नुपरेको छ ।

यस्तै अधिकांश सामुदायिक रेडियोले लामो तालिम दिएर जनशक्ति तयार गर्छन् तर तिनै प्रतिभाको पलायनको पीडा उनीहरूले भोग्नुपर्छ । राम्रो विचार गरेर जनशक्ति छनौट र तालिम नगरिँदा केही सामुदायिक रेडियोले नि:शुल्क तालिम केन्द्रमा परिणत भएको पीडा पनि भोगेका छन् । अर्कोतिर विज्ञापनका मामिलामा पनि सामुदायिक रेडियोहरू कमजोर देखिएका छन् ।

विज्ञापन नबजाउने, बजाए पनि छनौट गरेर बजाउने र बजार व्यवस्थापनको अभावका कारण विज्ञापन एजेन्सीहरूले त्यति सान्हो चासो लिँदैनन् ।

सामुदायिक रेडियोहरूको संगठनात्मक संरचना प्रजातान्त्रिक हुने भएकाले निर्णय प्रक्रिया अलि लामो नै हुने गर्छ । जसले गर्दा रेडियोलाई हरेक मामिलामा चुस्त राख्नका लागि केही अप्ठ्याराहरू आइपर्न सक्छन् । र, यसको प्रभाव कार्यक्रम निर्माणमा मात्र होइन, पुँजी परिचालनमा पनि पर्छ ।

यस्ता समस्याले गर्दा विदेशीको सहयोगको मुख ताक्नु सामुदायिक रेडियोहरूको बाध्यता बन्दै गएको छ । स्थापनाकालदेखि नै विदेशीको सहयोगको याचनाको बाध्यताले गर्दा कतिपय सामुदायिक रेडियोहरू 'विदेशीको सहयोगका मध्यस्तकर्ता' हरूको चंगुलमा पनि फस्छन् र लामो अवधिसम्म माध्यमकर्ताहरूको कार्यक्रम निःशुल्क बजाउनुपर्नेजस्ता बाध्यता आइपर्छन् । अर्काको मुख ताक्नुपर्ने भएकाले पनि राजधानीमा बसेका कतिपय संस्थाले उनीहरूका नाममा कार्यक्रम बनाउने, त्यसलाई अन्तर्राष्ट्रिय गैरसरकारी संस्था वा दातृ संस्थाको बजारमा बेच्ने अनि तिनलाई सामुदायिक रेडियोले बजाउनुपर्ने बाध्यता पनि छ । अर्थात् अधिकांश नाफा काठमाडौंका संस्थामा र कार्यक्रम अनि थोरै आम्दानी सामुदायिक रेडियोका भागमा ।

सामुदायिक रेडियोले भोग्नुपरेको समस्याको फेहरिस्त लामो छ, समाधान कताबाट कसरी हुन्छ थाहा छैन । तर एउटा कुरा निश्चित के हो भने समाधान बाहिरबाट आयात गर्न सकिँदैन, आफैं भित्रबाट खोज्नुपर्ने हुन्छ । आयातीत समाधानभन्दा सामुदायिक रेडियोहरू आफैंले एकअर्कासँगको छलफल, अनुभवको आदान-प्रदानबाट, अरुले गरेका गल्तीबाट सिकेर गरिने समाधान दिगो हुन्छ । समस्या समाधानको पहिलो कडी हो, सामुदायिक रेडियोहरूको दिगो र प्रभावकारी सञ्जाल ।

दुई असहयोगको पीडा

ट्रान्सपरेन्सी इन्टरनेसनललगायतका विभिन्न अन्तर्राष्ट्रिय संस्थाहरूले नेपाललाई संसारमै अत्यधिक भ्रष्टाचार हुने मुलुकको सूचीमा राखेका छन् । यसको प्रभाव सामुदायिक रेडियोको अनुमति दिने प्रक्रियामा पर्नु पनि स्वाभाविकझैं देखिन्छ । घूस दिन नचाहने र नसक्नेहरूको क्षेत्र भएकाले नेपालमा खुलेका अधिकांश सामुदायिक रेडियोले सरकारी असहयोगको पीडा भोगेका छन् । तर असहयोगका पछाडिको कारण 'आर्थिक' मात्र पनि छैन । रेडियोका बारेमा अरु धेरै कुरा नबुझे पनि शासकहरूले सूचना 'शक्ति' हो भन्ने कुरा भने राम्ररी बुझेको देखिन्छ । राजनीतिज्ञ, प्रशासक र सरकारी कर्मचारीहरू सकभर त्यो शक्तिलाई जनताका हातमा जानबाट रोक्न चाहन्छन् । जनता बाठो भए बढी जनउत्तरदायी बन्नुपर्छ भन्ने डर शासकहरूलाई छ ।

अहिलेको स्थितिभन्दा धेरै पृथक र कठिन थियो, पहिलो सामुदायिक रेडियो, सगरमाथाको अनुमतिपत्र लिँदा । २०४६ सालमा प्रजातन्त्रको पुनर्स्थापनासँगै अभिव्यक्ति स्वतन्त्रता र सार्वजनिक महत्त्वका सूचनातिर सहज पहुँचका लागि नेपालीहरूमा चाहना अत्यधिक बढेको थियो । राजधानीमा अभिव्यक्ति स्वतन्त्रता सहज भए पनि काठमाडौं उपत्यकाबाहिर सार्वजनिक महत्त्वका सूचनाको पहुँचको कुरा कठिन नै थियो । सरकारी नियन्त्रणमा रहेका छापा, रेडियो र टेलिभिजनबाट त्यो सम्भव थिएन । प्रजातन्त्रले सरकारी सञ्चारमाध्यमलाई केही खुकुलो र जनताका पक्षमा कुरा गर्ने बनाए पनि मूलत ती सरकारी 'प्रोपोगण्डा मेसिन' कै रूपमा सीमित थिए । छापा माध्यममा सशक्त निजी क्षेत्रको प्रवेशसँगै आमसञ्चारका क्षेत्रमा सामुदायिक र निजी क्षेत्रले केही गरेर देखाउन सक्छन् भन्ने सम्भावना पनि बढ्दै गयो । तर छापा माध्यमबाट मात्र जनताको सशक्तीकरण सम्भव थिएन । तिनले राजधानीलगायतका सहरहरूमा प्रभाव पार्न सके पनि अत्यन्त कम साक्षरता प्रतिशत र जिल्ला सदरमुकामबाहेकका क्षेत्रमा अखबारको कम पहुँचका कारण छापा माध्यमको कम प्रभाव प्रत्यक्ष देखिन्थ्यो । टेलिभिजन महँगो र बिजुलीको पूर्वाधार अनिवार्य भएकाले आमनेपालीका लागि कल्पनाकै विषय थियो । सस्तो र

सहज माध्यमका रूपमा एफएम रेडियो त्यसको विकल्प अगाडि आउनु स्वाभाविक नै थियो ।

त्यतिबेलै व्यापारिक स्वार्थ र राजनीतिक हस्तक्षेपभन्दा पृथक रहेर जनताका लागि आमसञ्चार माध्यमको अवधारणाले नेपाली नागरिक समाजमा स्थान पाइसकेको थियो । त्यसैको प्रभावका रूपमा नेपाल वातावरण पत्रकार समूहले एफएम रेडियोका लागि जनस्तरबाट नै वकालत सुरु गऱ्यो । राष्ट्रिय सञ्चार नीति बनाउने कार्यदलमा स्वतन्त्र सञ्चारकर्मीहरू र नागरिक समाजका सदस्यको प्रभावका कारण पनि राष्ट्रिय सञ्चार नीति- २०४९ मा एफएम रेडियाको अवधारणाले स्थान पायो । र, त्यसैअनुरूप ऐन र नियमावली बन्यो । तर यो प्रक्रिया त्यति सहज भने थिएन । २०४८ सालदेखि काम थालिएको राट्रिय सञ्चार नीति- २०४९ सालमा मात्र जारी भयो । त्यही राष्ट्रिय सञ्चार नीति- २०४९ मा एफएम प्रणालीअन्तर्गत निजी क्षेत्रलाई रेडियो प्रसारण गर्न दिनेबारे यस्तो वाक्यांश राखिएको छ- 'प्रसारण ऐनअन्तर्गत रही निजी क्षेत्रका संगठित संस्थालाई पनि निश्चित क्षेत्रमा फ्रिक्वेन्सी मोडुलेसन (एफएम) प्रसारण प्रणाली स्थापना गरी शिक्षाप्रद र मनोरन्जनात्मक कार्यक्रम प्रसारण गर्न दिइने ।'

त्यससँगै नेपाल वातावरण पत्रकार समूहले उक्त नीतिमा भएको व्यवस्था कार्यान्वयन गराउने उद्देश्यका साथ रेडियो सञ्चालनका लागि निवेदन दियो । तर त्यतिबेला ऐन छैन भनेर सरकारी कर्मचारीले जवाफ दिएर फर्काइदिए वातावरण पत्रकार समूहका पदाधिकारीहरूलाई । त्यसपछि समूहले फेरि ऐन बनाउनका लागि वकालत सुरु गऱ्यो । ऐन आयो । समूहले फेरि निवेदन दियो । फेरि नियमावली नभएको बहानामा सरकारले इजाजत दिएन । समूहले फेरि नियमावलीका लागि दबाव सिर्जना गऱ्यो । नियमावली पनि आयो । तैपनि सरकारी बहानामा कुनै कमी आएन । २०४९ सालमै राष्ट्रिय प्रसारण ऐन त बन्यो तर नियमावली बन्न झन्डै तीन वर्ष लाग्यो । नेपाल वातावरण पत्रकार समूहले त्यसबीचमा रेडियोको प्रसारण इजाजत लागि हरसम्भव प्रयाससँगै जनशक्ति विकासको काम पनि सुरु गरिसकेको थियो । समूहकै आग्रहमा युनेस्कोको सञ्चारको विकासका लागि अन्तर्राष्ट्रिय कार्यक्रमले नेपालमा एफएम रेडियो परियोजनाको सम्भावना र आवश्यकताबारे अध्ययन गऱ्यो । युनेस्कोले सरकारसमक्ष बुझाएको अध्ययन प्रतिवेदनमा काठमाडौंमा रेडियो सगरमाथाजस्ता सामुदायिक एफएम रेडियोको सान्दर्भिकता र आवश्यकता भएको निचोडसहितको सुझाव पनि दियो । फ्रान्सका लागि तत्कालीन शाही नेपाली राजदूत तथा युनेस्कोका

लागि नेपाल प्रतिनिधि केशवराज झाको प्रयासबाट २०५१ सालमा युनेस्कोले रेडियो सगरमाथा परियोजना नेपालमा लागू गर्ने निर्णय गऱ्यो । तर सरकारले भने रेडियो सगरमाथा परियोजनालाई लाइसेन्स दिनुको सट्टा रेडियो नेपालअन्तर्गत एफएम काठमाडौं चलाएर एफएम प्रसारणमा समेत आफ्नो बर्चस्व रहेको देखाउने प्रयास गऱ्यो । यसबीच २०५२ सालमा तत्कालीन रेडियो सगरमाथा परियोजनाका उपकरणहरू युनेस्कोको तर्फबाट भन्सार छुटसहित नेपाल भित्रिए । चैतको मध्यतिर उपकरण जडान गर्न इन्जिनियर मार्टिन एलार्ड बेलायतबाट आउने भएपछि समूहले उपकरण जडान र परीक्षण प्रसारणका लागि चैत १२ गते सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालयमा '१८ चैतदेखि उपकरण जडान गर्नुपर्ने भएकाले सोका लागि अस्थायी फ्रिक्वेन्सी पाउँ' भनी निवेदन दियो तर मन्त्रालयले पहिलेजस्तै कुनै जवाफ पठाएन । त्यतिबेलासम्ममा दर्जनभन्दा बढी पटक मन्त्रालयसँग पत्राचार भइसकेको थियो । समूहले केही जवाफ नदिनुलाई मन्त्रालयले आपत्ति नजनाएको अर्थ निकाल्दै 'परे कानुनी कारबाही सहनेसम्म' को मनस्थितिमा २०५२ साल चैत १८ देखि प्रविधि परीक्षण गर्ने निर्णय गऱ्यो र २०५२ चैत १८ देखि २१ सम्म काठमाडौंको कालधाराबाट धुन बजाएर प्रविधि परीक्षणसमेत गऱ्यो । त्यससँगै समूह र सरकारका बीच कानुनी लडाइँ पनि सुरु भयो । सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालयले चैत २० गतेको मितिमा ३ बुँदे स्पष्टीकरण नेपाल वातावरण पत्रकार समूहको नाममा सोधेर पत्र पठायो । स्पष्टीकरणको उत्तरमा समूहले 'आफ्नो कुनै पनि पत्रको उत्तर नदिएर मौन मन्त्रालयसँग अस्थायी फ्रिक्वेन्सी माग गरिएकोमा कुनै प्रतिक्रिया नजनाएपछि बाध्य भएर परीक्षण गर्नुपरेको र हामीले प्रसारण गरेको तरंगमा कुनै पनि सन्देश नभएका कारण यो प्रसारण नै होइन, त्यसैले यसलाई गैरकानुनी भन्न मिल्दैन' भन्ने व्यहोराको प्रत्युत्तर पत्र लेखेपछि मन्त्रालय फेरि पनि चुपचाप बस्यो । सरकार र नेपाल वातावरण पत्रकार समूहबीचको द्वन्द्व सार्वजनिक भयो । अधिकांश पत्रपत्रिकाले नेपाल वातावरण पत्रकार समूहको पक्षमा समाचार लेखे । यसरी लेख्नेमा सरकारी सञ्चारमाध्यम गोरखापत्र र दि राइजिङ नेपालसमेत थिए । त्यसपछि सरकार मौन रह्यो । यो मौनतामा सरकारको नकारात्मक भावनासमेत कायमै थियो । त्यतिबेला हरेक क्षेत्र राजनीतीकरणको मारमा परेकाले पनि रेडियो सगरमाथालाई नेपाली कांग्रेसले 'कम्युनिष्टको रेडियो हो, लाइसेन्स दिन हुँदैन' भन्ने, कम्युनिष्टले 'कांग्रेसको रेडियो' भन्ने अवस्था थियो । सरकारी कर्मचारी त धम्कीको भाषा नै प्रयोग गर्थे । त्यतिबेला मुलुक राजनीतिक अस्थीरताको चपेटामा थियो, हरेक ६

महिनामा नयाँ सरकार बन्थ्यो र समूहका पदाधिकारीहरू नयाँ सरकारका नयाँ मन्त्रीहरूसँग रेडियो सगरमाथालाई किन इजाजत दिनुपर्छ भन्ने बेलिविस्तार लगाउँदैमा आजित हुन्थे । तर आशा भने मरेको थिएन । २०५३ सालको अन्त्यतिर बनेको नेकपा (एमाले) र राप्रपा (चन्द) को सरकारका सूचना तथा सञ्चार मन्त्री झलनाथ खनालले राष्ट्रिय र अन्तर्राष्ट्रिय सबै प्रकारका दबावमा टिक्न नसकेपछि २०५४ जेठ ५ गते इजाजत दिए । समूहले सरकारलाई दबाव दिन लाइसेन्स पाए पनि नपाए पनि जेठ ९ गते बुद्ध पूर्णिमाको दिनदेखि रेडियो सगरमाथाको प्रसारण सुरु गर्ने भनी गरेको घोषणाले अझ सशक्त बनाएको थियो । नेपाल प्रेस इन्स्टिच्युट, हिमाल एसोसिएसन र वर्ल्डभ्यू नेपालको संस्थागत भूमिकाले पनि साथ दिएको थियो ।

रेडियो सगरमाथाको स्थापना र केही हदसम्म देखिएको दिगोपनले सामुदायिक रेडियोहरूलाई इजाजत लिने कुरा सहज बनाउला भन्ने आशा गरिएको थियो । तर त्यसो भएन । अन्य सामुदायिक रेडियाले रेडियो सगरमाथा जसरी नै सरकारसँग लामो लडाइँ गर्न नपरे पनि झन्झट र समस्या उस्तै भोग्नुपर्दैछ, सरकारी कर्मचारी र सत्तामा पुगेका नेताहरूको रबैया पनि उस्तै छ । शक्ति आफ्नो हातमा नपरुन्जेल यी दुईवटै वर्ग सामुदायिक रेडियोप्रति अत्यन्त सकारात्मक देखिन्छ । तर शक्तिमा पुग्नासाथ नकारात्मक । सामुदायिक रेडियोहरूले आ-आफ्ना समुदायमा राम्रो काम गरेर उदाहरण देखाए पनि असहयोग जारी छ ।

सहकारीका माध्यमबाट खुलेको रेडियो लुम्बिनीले पनि सरकारी असहयोगका थुप्रै पीडा भोगेको छ ।

काठमाडौंबाहिर अलग खालको एफएम रेडियो स्थापना गर्ने ध्येयले रुपन्देहीका राजनीतिज्ञ घनश्याम भुसाल, भरत भुसाललगायतका व्यक्तिको एक समूह लागिपरेको थियो । २०५५ सालमा । उनीहरूका लागि प्रेरणाको स्रोत बनेको थियो, रेडियो सगरमाथा ।

रेडियो लुम्बिनी, त्यतिबेला साव्है प्रचलित सहकारी ऐन- २०४८ अन्तर्गत सहकारी संस्था 'लुम्बिनी सूचना तथा सहकारी संस्था' का रूपमा दर्ता भयो र त्यससँगै सुरु भयो, लाइसेन्स लिने जटिल प्रक्रिया । कानुनअनुरूप रेडियो सञ्चालनको अनुमतिपत्र सहजै पाउने स्थिति नदेखेपछि उक्त सहकारी संस्थाले आफ्नो राजनीतिक प्रभावको प्रयोग गर्न थाल्यो । सञ्चारमन्त्री राधाकृष्ण मैनालीको पालमा २०० वाटको ट्रान्समिटर राखेर प्रसारण गर्न पाउने र लाइसेन्स पाएको एक वर्षभित्र प्रसारण गरिसक्नुपर्ने अनुमति पायो । २०५६ साल माघ २७ गते

रेडियो लुम्बिनीले प्रसारण सुरु गर्दा काठमाडौं उपत्यकाबाहिरको पहिलो स्वतन्त्र रेडियोसमेत भयो । रेडियो सुरु त भयो तर ट्रान्समिटर लुम्बिनी क्षेत्रमा आइपुग्दासमेत स्थानीय समाज रेडियोप्रति विश्वास थिएन । वास्तविक स्थिति त के थियो भने मणिग्राममा रेडियो चलाउनेभन्दा स्थानीय मानिस हाँस्थे । वाइयात कुरो भन्थ्ये । रेडियो चलाउन खोज्नेहरू आफ्ना कुरा राख्नसमेत धक मान्ने स्थिति आयो । जब ट्रान्समिटर काठमाडौं आयो तबमात्र उनीहरू धक नमानीकन रेडियोका बारेमा बोल्न थाले । केही वर्षको अनुभवपछि आफ्नो क्षमता ५०० वाट बनाउनका लागि रेडियो लुम्बिनीले मन्त्रालयमा दिएको निवेदन दुई वर्षसम्म फाइलहरूको थुप्रोमा दबेर रह्यो । कारण स्पष्ट छ, अरु सामुदायिक रेडियो जसरी नै रेडियो लुम्बिनीले मन्त्रालयका प्रशासक, प्राविधिक र नेताहरूलाई पैसा खुवाएको थिएन । त्यसमाथि सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालय वा समग्र सरकारको धारणा रेडियोप्रति सकारात्मक थिएन र छैन । अनि सरकारको नजरमा रेडियो केबल गीत बजाउने भाँडो हो । सरकारले अप्रत्यक्ष रूपमा रेडियोलाई राजनीतिक सूचनाको संबाहकमात्र मानेको थियो । जसका कारण विरोधीको हातमा परेर रेडियोले सत्तासीनहरूको भेद खोलिदिन्छ भन्ने चिन्तामा शासकहरू पर्ने गर्थे । अर्थात् उनीहरूको नजरमा रेडियोले जनतालाई सशक्त होइन, विद्रोही बनाउँछ, सही विकासका संबाहकभन्दा उनीहरूद्वारा लादिएको 'विकास' विरोधी बनाउँछ । यसबीच छोटो समयका लागि भए पनि सञ्चारमन्त्री कमल थापाको कार्यकाल २०६० मा सामुदायिक रेडियोका लागि उदारवादको लहरझैं चल्यो । उनले करिब चार महिनाको अवधिमा ३१ वटा संस्थालाई रेडियो प्रसारण गर्ने इजाजत दिए । यहीबेला रेडियो लुम्बिनीले पनि क्षमता अभिवृद्धिको अवसर पायो । अर्थात् रेडियो लुम्बिनीको प्रसारण क्षमता ५०० वाट भयो ।

लाइसेन्सकै कुरा गर्दा रेडियो मदनपोखराका सञ्चालकहरूका लागि लाइसेन्स पाउनु स्वर्गको अपुताली पाउनुझैं लागेको थियो । पाल्पाको मदनपोखरा गाविस निकै सचेत र सक्रिय नागरिकहरूको गाउँ हो । राजनीतिमा मात्र होइन साक्षरता, विकासप्रतिको चाहना र सक्रियताजस्ता कारणले पनि यो गाविस निकै परिचित छ ।

२०५२ साल जेठमा काठमाडौंबाट सञ्चारकर्मीहरूको एउटा टोली मदनपोखरा पुग्यो । त्यो टोलीले डोके रेडियोको गफ मदनपोखरावासीलाई सुनायो । यो नै मदनपोखराका लागि एफएम स्टेशन खोल्ने प्रेरणाको स्रोत बन्न पुग्यो । यही प्रेरणाले त्यहाँ २०५२ सालमा नै अडियो टावर स्थापना गरेर

एफएम रेडियोतिरको यात्रा सुरु गरे उनीहरूले । उत्साहित महिलाहरू रेकर्डर बोकेर गाउँ-गाउँ घुम्थे र साँझ त्यसैलाई बजाउँथे अडियो टावरमार्फत । त्यसले सूचनाको शक्ति बुझ्न मद्दत गऱ्यो । सूचनाप्रतिको चाहना बढ्यो र अडियो टावरभन्दा प्रभावकारी प्रविधिको खोजी हुन थाल्यो । अनि त्यसको केही समयपछि एफएम रेडियोको अनुमतिका लागि पनि निवेदन दियो मदनपोखराले ।

राजनीतिक अस्थीरताका कारण एक हिसाबले मियोबिनाको दाइँजस्तै थियो नेपालको केन्द्रीय निर्णय प्रणाली । कसले कसलाई कसरी समर्थन गर्थ्यो वा विरोध थाहा हुने आधार थिएन । सञ्चार मन्त्रालयको टेबलमा थन्किएको फाइलमा अनुमतिका लागि टिप्पणी लेखिने काम पनि त्यस्तै भएको थियो । सामुदायिक रेडियो, त्यो पनि गाविसले सञ्चालन गर्ने रेडियोले पैसाको प्रभाव देखाएर अनुमतिको छाप लगाउन सक्दैनथ्यो । राजनीतिक प्रभाव र भनसुनको प्रक्रिया भने व्यापक रूपमा चलेकै थियो । तैपनि अनुमतिको निर्णयका लागि लामो समय लाग्यो । अन्तत रेडियो मदनपोखराले २०५५ सालमा लाइसेन्स पायो ।

जति लाइसेन्स लिने प्रक्रिया जटिल थियो, त्यति नै नौलो थियो रेडियो स्थापनाको प्रक्रिया । ढाकरमा राखेर भए पनि रेडियो चलाउने उद्देश्य बोकेका मदनपोखरावासीले त्यही कारणले पनि ‘गोबर’ र ‘भैंसी रेडियो’ जस्ता नाम पनि पायो । तर जनता सुसूचित नभएसम्म विकास हुनसक्दैन, प्रजातन्त्र स्थापित हुन सक्दैन भन्ने मान्यताका साथ अगाडि बढेको यो रेडियोका लागि सहयोगी हातहरूको कमी थिएन, कमी थियो त केबल सरकरी अनुमतिको । मदनपोखरा गाविसले नै सञ्चालन गर्ने भएकाले यो रेडियो सरकारकै एक अंगका रूपमा लिइनुपर्थ्यो तर त्यसो भएन । लामो पर्खाइपछि रेडियोको लाइसेन्स पाए तर कसरी स्थापना गर्ने, कसरी चलाउने भन्ने विषयमा सरकारी सहयोग पाउन सकेनन् । पछि सरकारी सहयोगको अपेक्षा नगरेर आफ्नै बलवुतामा केही गर्ने अठोट गरेपछि रेडियो सगरमाथा, नेपाल वातावरण पत्रकार समूह परियोजना सञ्चालक बन्ने गरी युनेस्को (राष्ट्रसंघीय शैक्षिक सामाजिक तथा साँस्कृतिक संगठन) को आर्थिक सहयोगमा यो रेडियो २०५६ चैतदेखि बज्न थाल्यो ।

मदनपोखराजस्तै स्थानीय निकाय काठमाडौं महानगरपालिकाले सञ्चालन गरेको रेडियो हो- मेट्रो एफएम । प्रसारण अनुमतिपत्र पाउनका लागि यो रेडियोले अन्य सामुदायिक रेडियोले जसरी धेरै संघर्ष भने गर्नु परेन । यसको

सञ्चालक संस्था काठमाडौं महानगरपालिकाले अन्य संस्थाहरूले भन्दा फरक नीति अख्तियार गरेको थियो, त्यो थियो धक्की नीति । अन्य सामुदायिक रेडियोहरूले अनुमतिपत्र पाउनका लागि राजनीतिक सिफारिसलगायतका उपाय अपनाए तर राजनीतिक क्षेत्रबाट स्थापित काठमाडौं महानगरपालिकाले काठमाडौंको सबैभन्दा संवेदनशील समस्या 'फोहोर' लाई नै अनुमतिपत्रका लागि धम्क्याउने माध्यम बनायो । इजाजत नदिने सञ्चार सचिवको घर छेउमा चारवटा कन्टेर लगेर राख्ने तथा सबैतिरको फोहोर त्यहीँ फाल्ने अनि कन्टेनर नउठाउने धम्कीका पछि अनुमतिपत्र प्राप्त गऱ्यो । २०५४ साल फागुन २५ गते इजाजतपत्र प्राप्त गरेको यो रेडियो मेट्रो एफएमले २०५५ कात्तिकदेखि आफ्नो प्रसारण सुरु गऱ्यो ।

अरु सामुदायिक रेडियोहरूले झै सरकारी असहयोगको पीडा उत्तिकै भोगिरहेको मेट्रो एफएमले सरकार सँगसँगै आफ्नै सञ्चालक संस्था काठमाडौं महानगरपालिकाको समेत असहयोग भोगिरहेको छ । महानगरपालिका आफैंमा एउटा वृहत संस्था हो र अन्य सरकारी संरचनाहरूमा जसरी नै यो स्थानीय निकायमा कमिसनको खेल, ढिलासुस्ती, अतिरिक्त आम्दानीका लागि होडबाजीजस्ता विकृतिहरू विद्यमान छन् । सबैभन्दा विडम्बनाको स्थिति के हो भने काठमाडौं महानगरपालिका सरकारबाट स्वायत्तता चाहन्छ तर आफैंअन्तर्गतको मेट्रो एफएमलाई स्वायत्तता दिन चाहँदैन । मेट्रो एफएम महानगरपालिकाको एउटा विभाग सूचना तथा सञ्चार विभागभित्र राखिएको छ र संरचनात्मक तथा पदीय हिसाबले यो रेडियो महानगरपालिकाका मेयर, उपमेयर, कार्यकारी प्रमुख, उपप्रमुख र विभागीय निर्देशकको अन्तर्गत पर्छ । महानगरपालिकाको प्रशासनिक जन्जालभित्र अल्झिएको यो रेडियोभित्रको प्रशासन र व्यवस्थापकीय पक्षमा पनि महानगरपालिका र सरकारी अवगुणहरू प्रशस्त पाइन्छ । यसले पनि मेट्रोमा रेडियोप्रतिको गम्भीरताभन्दा प्रगति र पैसाका लागि चाकरी गर्ने कुरा परम्परा झैं बनेको छ ।

रेडियो सञ्चालनको अनुमतिपत्र प्राप्तिका क्रममा सबैभन्दा पीडित सामुदायिक रेडियो मानिन्छ, पोखराको हिमचुली एफएम । सरकारभित्रको भ्रष्टाचारीहरूको संयन्त्र र मोफसलका संस्थाहरूलाई अनुमतिपत्र दिलाइदिने नाममा राजधानीमा सक्रिय दलालहरूको जालोमा फसेका थिए हिमचुलीका सञ्चालकहरू । र, झन्डै एउटा एफएम स्टेशन स्थापना गर्नपुग्ने पैसा करिब २० लाख रुपैयाँ घूसका लागि खर्च गरेको थियो । सुरुमा १८ लाख रुपैयाँ खर्च भइसकेपछि अनुमतिपत्र तयार भयो भन्ने खबर त आयो तर दलालहरूले होटलमा भेटेर कुरा गर्ने भने अनि फेरि २ लाख ५० हजार रुपैयाँको माग आयो । लामो सरसल्लाहपछि

२ लाख रुपैयाँमा कुरा मिल्यो । त्यति धेरै रकम खर्च गरे पनि अझै हिमचुली सरकारी कर्मचारीहरूको लालचको फन्दाबाट उम्कन पाएको छैन । त्यसमाथि कर्मचारी र काठमाडौंमा रहेका सम्पर्क व्यक्तिका बीचमा भएको साँठगाँठको परिणाम के भयो भने हिमचुलीले आफ्नो प्रसारण क्षमता ५०० वाटका लागि शुल्क र प्रक्रिया पूरा गरेपछि अनुमतिपत्रमा २५० वाटमात्र लेखियो ताकि प्रसारण क्षमता बढाउने नाममा पटक-पटक हिमचुलीको आर्थिक शोषण गर्न सकियोस् । हिमचुलीसँग सरकारी असहयोग र त्यसका नाममा कर्मचारी र तिनका सम्पर्क व्यक्तिले शोषण गरेका थुप्रै उदाहरण अरु थपिनेछन् । किनकि जिल्ला प्रशासन कार्यालयमार्फत अझै पनि सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालयको बोलावट आइरहेकै छन् । त्यसमाथि प्रमुख जिल्ला अधिकारी महिनाको २/४ पटक आफूकहाँ रेडियो सञ्चालक आएर हाजिरी दिओस् भन्ने चाहना राख्छन् र नजाँदा थप असहयोग सहनुपर्ने अवस्था आउन सक्छ ।

पैसाको लोभले साथीभाइको मित्रतासमेत तोडिन्छ भन्ने आख्यानको प्रत्यक्ष अनुभव छ, मुक्तिनाथ एफएमका सञ्चालकहरूसँग । ६० जना शेयर होल्डरमध्ये १९ जना पत्रकार भएको यसका सञ्चालकहरूले आफूसँगै राजनीति गरेका मित्र मन्त्री भएको हुँदा रेडियो सञ्चालन अनुमति सहजै पाइन्छ भन्ने विश्वास गरेका थिए । तर व्यवहारमा त्यसको ठीक उल्टो भयो । निवेदन दिएको लामो समयसम्म अनुमतिपत्रको कुनै प्रक्रिया नै सुरु नभएपछि उनीहरू मन्त्रीलाई भेट्न गए, सँगै राजनीति गरेको दुहाई दिए, एउटै सिद्धान्तमा आफूहरू हिंडेको सम्झाए, रिसाए, धम्काए, अनेकन उपाय लगाए तर केही चलेन । अन्तत धेरै भेटेपछि कुरा स्पष्ट भयो, मन्त्रीजीले अरुले लाखौं दिएका छन्, तिमी दुई लाख पनि नदिने भनेपछि उनीहरू झसंग भएर फर्के । यो २०५८ सालको कुरो थियो । त्यसपछि उनीहरूले घूस खुवाउँदै नखुवाउने, साँझ यसो खाजासाजा खाने भए त्यतिसम्म खुवाउने बचन दिए । तर कुरा मिलेन । त्यसको दुई वर्षपछि अन्त्यत २०६० सालमा कमल थापा सञ्चारमन्त्री हुँदा सहज रूपमै अनुमतिपत्र पाए ।

बझाङ जिल्लाको विकासमा लागिपरेको सामाजिक विकास समूहले विकासका लागि जनजागरण आवश्यक भएको र जनजागरण ल्याउनका लागि सामुदायिक रेडियो उपयुक्त हुने महसुस गरेर साइपाल रेडियोको स्थापनाका लागि प्रक्रिया सुरु गऱ्यो । तर निवेदन दर्ता प्रक्रियाका क्रममा नै देखिएको असहयोगका कारण दर्ता गरेर अन्य प्रक्रियामा नलागी चुपचाप बस्न बाध्य भयो । अन्त्य २०६० को उदार मन्त्रीका पालामा अनुमतिपत्र पायो । यस्तैखाले

अनुभव थियो सुर्खेतको बुलबुले एफएमको। उनीहरूलाई त मन्त्रालयमा अनुमतिपत्रका लागि निवेदन दर्ता गर्नमात्र ५ महिनासम्म झुलाइयो। अन्तत सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्र/नेवापसको सहयोगमा निवेदन त दर्ता भयो तर फेरि झुलाउने क्रम भने रोकिएन। नेपालगन्जको रेडियो भेरी आवाज होस् वा कैलालीको घोडाघोडी एफएम सबैले पहिलो निवेदन प्रक्रियादेखि नै असहयोगको पीडा भोगेका छन्। भैरहवाको रुपन्देही एफएम एक त आफैंभित्रको विवादका कारण समस्याग्रस्त भयो। अर्कोतिर जनताबाट निर्वाचित भनिएका सञ्चारमन्त्रीले ५० हजार धूस मागे। केही समयपछि सत्ता परिवर्तन भयो अका मन्त्रीले छोरासँग भेटेर कुरा मिलाउन भने। २०५७ साल माघ २५ गते निवेदन दर्ता गरेको रुपन्देही एफएमले २०६० सालमा मात्र अनुमतिपत्र पायो। नवलपरासी गैंडाकोडको विजय एफएमले सरकारी झुलाइबाट आजित भएर आफ्नो एक 'वारेस' लाई काठमाडौंमा नै राख्ने निर्णय गऱ्यो र त्यसका लागि १ लाख रुपैयाँ खर्च गर्नुपऱ्यो। सहकारीले रेडियो सञ्चालन गर्ने भनेर सुरुमा सहकारी दर्ता गर्न लागिपरेका उनीहरूलाई सहकारी दर्ता गर्न नै १० महिना झुलाइयो। काठमाडौंमा सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालयका कर्मचारीहरूले अनुमतिपत्रका लागि ५ लाख रुपैयाँ माग गरेका हुनाले उनीहरू घूस नदिने कुनै नीति लिए।

२०६० सालमा एकैपटकमा सामुदायिक रेडियोहरूलाई अनुमतिपत्र त दिइयो तर पछि सुरक्षा निकायको आपत्तिका नाममा उनीहरूलाई फ्रिक्वेन्सी दिन बन्द गरियो। यसको मारमा परे, विजय एफएम, घोडाघोडी एफएम र रेडियो भेरी।

२०४६ सालदेखि अडियो टावरमार्फत आमसञ्चार माध्यममा हात हालेको पालुङ एफएमको कथा र व्यथा छुट्टै छ। ग्रामीण सञ्चारमाध्यममा हात हालेकाले राजधानी र देश बाहिरसमेत प्रसिद्ध भइसकेको थियो सामुदायिक सञ्चार केन्द्र, पालुङ। प्रसिद्ध र ग्रामीण क्षेत्रमा पाएको सफलताले उनीहरूलाई एफएम माध्यममा जाने प्रेरणा मिल्यो तर उनीहरू पनि राजधानीमा रहेको सञ्चार गिरोहको चपेटामा परे। र, त्यसको घुमाइमा परेर दु:ख पाए उनीहरूले। कुनै न कुनै दिन अनुमतिपत्र पाइन्छ भन्ने विश्वासका साथ उनीहरू गिरोहको घुमाइमा घुम्दै पूर्वाधार विकासमा लागिरहे। उनीहरूले २०५६ मा ५० वाट क्षमतासहित एफएमका लागि आवेदनपत्र दर्ता गरे। जब पालुङ नै निर्वाचन क्षेत्र भएका कमल थापा सञ्चारमन्त्री भए त्यसपछि एउटै वडामा एउटै क्षमताको एफएम चलाउनका लागि अर्को निवेदन हाल्यो, स्थानीय सहकारीले। मन्त्रीले

दुईवटालाई दिँदै नदिने भनेपछि दुवै संस्था मिलेर आउन बाध्य भए । र, गैरसरकारी संस्था र सहकारीले सञ्चालन गरेको पहिलो एफएम बन्न पुग्यो पालुङ एफएम ।

२०५५ सालमा एफएम सञ्चालनका लागि निवेदन दिएको पर्यावरण चक्र रेडियो ललितपुरले तीन वर्ष लामो संघर्षपछि अनुमतिपत्र त पायो तर आफूले साँच्चै नै अनुमतिपत्र पाएकोमा उनीहरूलाई शंका लागि रह्यो । अन्त्यमा नवीकरण गर्दामात्र उनीहरूले असली अनुमतिपत्र पाएछौं भन्ने कुरामा ढुक्क भए ।

रेडियो र स्थानअनुसार समस्या थरीथरीका छन् । तर तिनीहरूलाई एउटै सूचीमा राख्ने हो भने त्यो सूचीको एक नम्बरमा आउने समस्या हुन्छ- सरकारी असहयोग र घूसखोरी । स्थानीयदेखि केन्द्रीय तहसम्म प्रशासनको असहयोग हुँदाहुँदै पनि आशालाग्दो पक्ष आफ्नो प्रभावलाई विस्तार गरिरहेका छन्, सामुदायिक रेडियोहरूले ।

तीन
आम्दानीको अप्ठ्यारो

दिगोपनको अर्को महत्त्वपूर्ण आधार 'आम्दानी' का मामिलामा पनि कमजोर देखिएका छन्, सामुदायिक रेडियोहरू । नियमित आम्दानीको अभावमा सञ्चालक वा सामुदायले कुन समयसम्म लगानी गरिराख्ने भन्ने प्रश्न टड्कारो पनि देखिएको छ । केही रेडियोहरू नयाँ भएकाले तिनमा आम्दानीको बाटो कसरी पत्ता लगाउने भनी रनभुल्लमा परेका छन् भने केहीलाई विज्ञापन दिलाइदिने नाममा नि:शुल्क विज्ञापन बजाउनुपर्ने परिस्थितिको सिर्जना पनि गरिँदैछ ।

अधिकांश सामुदायिक रेडियोमा बजार व्यवस्थापनका कमजोरी देखिएका छन् । उनीहरूले मूलत: बजार व्यवस्थापनलाई दुई वर्गमा बाँडेका छन्- पहिलो विशुद्ध व्यापार वा वाणिज्य क्षेत्रको बजार व्यवस्थापन र दोस्रो सामाजिक बजार व्यवस्थापन । स्पष्ट शब्दमा भन्ने हो भने, पहिलो वर्ग व्यापारिक प्रयोजनका विज्ञापन प्रायोजनको खोजीको मामिलामा अधिकांश सामुदायिक रेडियो कमजोर देखिएका छन् । तर दोस्रो वर्ष- सामाजिक सन्देशको र सवल छन् ।

वाणिज्य उद्योगका क्षेत्रबाट आउनुपर्ने जति विज्ञापन वा कार्यक्रम प्रायोजन सामुदायिक रेडियोमा आइरहेको देखिँदैन । यसमा विविध तथ्यहरूले प्रभाव पारेको छ । पहिलो त सक्षम जनशक्तिको अभाव । अनुभवी र राम्रो शैक्षिक पृष्ठभूमि भएका बजार व्यवस्थापनहरू महँगा छन् । कम लगानीका सामुदायिक रेडियोहरूले उनीहरूको मागअनुसार तलब र सुविधा प्रदान गर्न सक्दैनन् । फलत 'काम चलाउ' खालका बजार व्यवस्थापनको भरमा आफ्नो बजार व्यवस्थापनलाई अगाडि बढाउनुपर्ने बाध्यता छ । अर्कोतिर समाजप्रतिको आफ्नो असीमित दायित्वका कारण पनि सामुदायिक रेडियोले जथाभावी विज्ञापन बजाउन सक्दैनन् । उदाहरणका लागि रेडियो मदनपोखराले आफ्ना ग्रामीण किसानहरूको अहित गर्ने कुनै पनि विज्ञापन बजाउँदैन । यो रेडियोमा आमउपभोक्ताको जनस्वास्थ्यमा अहित हुने चाउचाउ, विदेशी ट्रेडमार्क भएका हल्का पेय पदार्थका विज्ञापनसमेत बज्दैनन् । अन्य सामुदायिक रेडियो पनि विज्ञापन छनौटका मामिलामा निकै कठोर छन् । उनीहरू सकभर आममानिसको उपभोग शैलीमा परिवर्तन आउने, जनस्वास्थयमा प्रतिकूल असर गर्ने, स्थानीय कृषि र अर्थतन्त्रलाई डावाडोल

गराउने, स्थानीय संस्कृतिमा नकारात्मक प्रभाव पार्ने खालका विज्ञापन बजाउन चाहँदैनन् । यसबाट आम्दानीको एउटा ठूलो स्रोत रोकिए पनि यसमा सम्झौता गर्ने पक्षमा छैनन् ।

सामुदायिक रेडियोमा दक्ष जनशक्तिको अभावमा बजार व्यवस्थापनको राम्रो परिकल्पनाको पनि अभाव खड्किन्छ । फलतः विज्ञापन एजेन्सी र विज्ञापन दातासँग सौदाबाजीका क्रममा पनि पछाडि पर्छन् । व्यापारिक रेडियो र सामुदायिक रेडियोका विज्ञापन दर लगभग समान नै हुन्छन् तर जब सौदाबाजीको क्रम सुरु हुन्छ, व्यापारिक रेडियोहरू आफ्नो दरभन्दा निकै तल झरेर सम्झौता गर्न तयार हुन्छन् भने सामुदायिक रेडियोहरू त्यसो गर्न सक्दैनन् । परिणाम विकल्प भएका अवस्थामा यस्ता व्यापारिक विज्ञापन स्वाभाविक रूपमा व्यापारिक रेडियोतिर नै जान्छन् ।

अर्को समस्या विज्ञापन दिलाउने एजेन्सीहरूसँग पनि छ । नाफामूलक भएकाले एजेन्सीहरू सकभर कम दरमा विज्ञापन बजाउन चाहनु स्वाभाविक हो । यसका लागि तिनीहरूले बजार व्यवस्थापनमा चालेका अनेकन उपाय लगाउँछन् । दक्ष जनशक्ति र सौदाबाजी गर्न सक्ने क्षमताका अभावमा एकातिर सामुदायिक रेडियोलाई तोकिएको विज्ञापन दरभन्दा निकै कम दरमा सम्झौता गर्न बाध्य पारिन्छ भने अर्कोतिर सम्झौताअनुसार विज्ञापन बजाए पनि त्यसको रकम विज्ञापन एजेन्सीबाट उठाउन कठिनाइ पर्छ ।

सामुदायिक रेडियोको सवल पक्ष सामाजिक, सरकारी र गैरसरकारी क्षेत्रबाट सामाजिक सन्देशमूलक विज्ञापन बजाउने वा कार्यक्रम प्रायोजन गर्न लगाउने नै हो । तर यो क्षेत्र पनि समस्याविहीन भने छैन । अन्तर्राष्ट्रिय र राष्ट्रिय गैरसरकारी संस्थाहरूले कुनै 'संस्था' (गैसस वा व्यापारिक) का मार्फतबाट मात्र कार्यक्रम उत्पादन गर्न लगाएर सामुदायिक रेडियोहरूलाई वितरण गर्ने शैलीको विकास भएको छ । यस्ता संस्थाले कार्यक्रम वा सामाजिक सन्देशको उत्पादन गर्नुअगाडि नै तयार गर्ने प्रस्तावमा ती कार्यक्रम कुन कुन सामुदायिक रेडियोमा बजाउने तय गरिसकेका हुन्छन् । तैपनि उत्पादक 'संस्था' हरू मोफसलका रेडियोबाट एकातिर त्यस्ता कार्यक्रम पाउनका लागि भनसुनको आशा गरिरहेका हुन्छन् भने अर्कोतिर उनीहरू 'नाफा' वा कमिसन लिन भुल्दैन । यसले गर्दा सामुदायिक रेडियोले यस्ता कार्यक्रम बजाएबापत पाउनुपर्ने मूल्य पाउन सक्दैनन् ।

स्थानीय सरकारी कार्यालयहरूमा प्रचार-प्रसारका लागि निश्चित बजेट छुट्टाइएको हुन्छ । प्रभावकारिताका हिसाबले पनि त्यो बजेटको निश्चित माग

स्वाभाविक रूपमा सामुदायिक रेडियोमार्फत प्रचार-प्रसार गरिनुपर्ने हो । तर दुई/तीनवटा तथ्यहरूका कारण सामुदायिक रेडियोहरूले त्यस्तो बजेट पनि आफ्नो भागमा पार्न सक्दैनन् । पहिलो अधिकांश सरकारी हाकिमहरू त्यस्तो बजेट वितरणका लागि चाकडी, चापलुसीको आशा गरिरहेका हुन्छन् तर सामुदायिक रेडियो सञ्चालकहरू आत्मस्वाभिमानका कारण त्यसो गर्न सकिरहेका हुँदैनन् र त्यस्तो बजेट आफूकहाँ तान्न असक्षम हुन्छन् । अर्कोतिर सरकारी कार्यालयमा पनि बजेट दिलाएबापत 'कमिसन' को चक्कर चल्छ, जुन सामुदायिक रेडियोहरूले पचाउन सक्दैनन् । र, तेस्रो कारण प्रचार-प्रसारको बजेट रेडियोमा दिएपछि बनेका कार्यक्रमहरूमा सरकारी कामका प्रशंसा र स्तुतिगानमात्र खोज्छन् । जुन सामुदायिक रेडियोबाट सम्भव हुँदैन । त्यसैले सरकारी प्रचार-प्रसारको बजेट पाउने सामुदायिक रेडियोले कार्यक्रम उत्पादन र प्रसारणका क्रममा सरकारी नीतिको विरोध गरे वा सरकारी कार्यालयमा भएका भ्रष्टाचारका पोल खोलेबापत त्यस्तो बजेट बीचमै खोसिएका प्रशस्त अनुभव सामुदायिक रेडियो सञ्चालकहरूले सँगालेका छन् ।

यीबाहेक, सामुदायिक रेडियोहरूले अन्तर्राष्ट्रिय र राष्ट्रिय गैरसरकारी संस्थाबाट सोझै कार्यक्रम प्रायोजन वा सामाजिक सन्देशहरूबाट निश्चित आम्दानी नगरेका होइनन् । तर यो पनि समस्यामुक्त भने छैन । दक्ष जनशक्तिको अभावमा यस्ता कार्यक्रम प्राप्त गर्नका लागि आवश्यक प्रस्ताव तयार गर्दा नै उनीहरू अप्ठ्यारोमा पर्ने गरेका छन् । त्यस्ता प्रस्ताव सामान्यतया अंग्रेजी भाषामा तयार गरिनुपर्ने हुँदा पछाडि परेको अवस्था छ । त्यसपछि ती अत्यन्त प्राविधिक र ढाँचागत हुने हुनाले पनि तिनको तयारीमा कमजोरी हुन पुग्छ । काठमाडौंमा रहेका उत्पादक, गैरसरकारी वा व्यापारी संस्थाहरूले यही कमजोरीको फाइदा उठाउँछन् ।

'प्रस्ताव' वा 'प्रपोजल' को जटिल प्रक्रिया पार गरेपछि आउने संस्थासँग सौदाबाजीको जटिल प्रक्रिया सुरु हुन्छ र त्यसपछि कार्यक्रम आउँछ । यसलाई जेनतेन पार गरेपछि प्रस्तावअनुसार कार्यक्रम उत्पादन वा प्रोजेक्ट सञ्चालन, त्यसको प्रतिवेदन लेखन, अनुगमन, समुदायमा परेको प्रभाव मूल्यांकनजस्ता प्रक्रियालाई सञ्चालन गर्न पनि जनशक्ति र जुक्तिको अभावमा सामुदायिक रेडियोलाई हम्मेहम्मे पर्ने गर्छ । यी प्रक्रियाका क्रममा कतिपय सामुदायिक रेडियोमा आफू एउटा आमसञ्चार माध्यम हो वा 'एनजीओ' भन्ने कुराको भेद छुट्याउन पनि निकै गाऱ्हो पर्छ ।

आम्दानीको यो अप्ठ्यारो स्थितिबाट उम्कनका लागि सामुदायिक रेडियोले आफूमा नै केही सुधार ल्याउनुपर्ने स्थिति छ । यसमा कमजोरी देखिनुका पछाडि दक्ष जनशक्तिको अभाव नै मूल कारक देखिन्छ । दक्ष जनशक्ति कसरी तयार गर्ने र त्यसलाई कसरी आफूकहाँ अडाएर राख्ने भन्ने चुनौती छ । आर्थिक रूपले नै त्यस्तो जनशक्ति थेग्नका लागि पनि अप्ठ्याराहरू छन् । यी समस्यामा वास्तवमै सामुदायिक रेडियोबीच अझ वृहत छलफलको आवश्यकता छ । भौगोलिक हिसाबले नजिक रहेका केही सामुदायिक रेडियो मिलेर दक्ष जनशक्ति निर्माणको प्रक्रिया थाल्नु जरुरी छ र संयुक्त बजार प्रवर्द्धन रणनीति लिनु पनि उक्तिकै आवश्यक छ । तिनबाट बजार व्यवस्थापनदेखि अन्तर्राष्ट्रिय राष्ट्रियस्तरलगायतका एजेन्सीहरूसँग सौदाबाजीजस्ता काम लिन सक्ने सम्भावना छ । निश्चित कमजोरी वा बेफाइदा भए पनि यसबाट एउटै रेडियोमा आर्थिक भार कम हुन्छ र काम पनि सुचारु हुनसक्छ । यसैगरी आफूले लिएको जनशक्तिलाई थोरै रकम संस्थाबाट दिने र बाँकी कमिसनबापत दिने उपाय अवलम्बन गरेर पनि समस्याबाट छुट्कारा पाउन सकिन्छ ।

विज्ञापन एजेन्सी र विज्ञापन दरका हकमा भने सामुदायिक रेडियोहरूले कठोर निर्णय लिनुपर्ने अवस्था छ । सबै सामुदायिक रेडियोले आपसी सहमतिमा विज्ञापन दर निर्धारण गर्ने र त्यसमा कतिसम्म छुट दिने भन्ने निश्चित गर्नुपर्छ । विज्ञापन बजाएपछि पैसा नदिने विज्ञापन एजेन्सीलाई कालोसूचीमा राखेर सबै सामुदायिक रेडियोलाई त्यसबारेमा जानकारी दिने, कारबाही अगाडि बढाउनेजस्ता कुरा तय गर्नुपर्ने देखिन्छ । यसैगरी अन्तर्राष्ट्रिय/राष्ट्रिय गैरसरकारी संस्थाहरूबाट 'कार्यक्रम' लिएर वितरण गर्नेहरूसँग सजग हुने र तिनबाट बढीभन्दा बढी रकम कसरी असुल गर्ने भन्नेतर्फ पनि अझै वृहत छलफल हुनुपर्छ ।

राष्ट्रिय/अन्तर्राष्ट्रिय संघसंस्था तथा दाताबाट लिइएका कार्यक्रम र त्यसपछिको अनुगमन प्रतिवेदनलगायतका जटिल प्रक्रियाका हकमा पनि दातालाई आफूमा रहेको त्यो कमजोरी स्पष्ट बनाउँदै त्यस्तो कामका लागि उनीहरूसँगै जनशक्ति माग्ने र त्यसबाट आफ्नो जनशक्तिलाई पनि तालिम दिने प्रक्रिया अपनाउन सकिने देखिन्छ ।

मूल कुराचाहिँ व्यापारिक रेडियोको दाँजोमा सामुदायिक रेडियोको सामाजिक पुँजी बढी हुने भएकाले सामुदायिक रेडियो केही सिर्जनशील भएमा यो आफ्नै समाजका आधारमा दिगो हुनसक्छ र आम्दानीका लागि पनि सामुदायिक रेडियोले आफ्नो मूल लक्ष्य समुदायलाई नै बनाउनुपर्छ ।

एकाधिकारको अन्त्य

मोहन विष्ट
स्टेशन म्यानेजर, रेडियो सगरमाथा

नेपालमा प्रजातन्त्रको पुनर्स्थापनापछि बनेको संविधानले विचार तथा अभिव्यक्ति र सार्वजनिक महत्त्वको सूचना माग्ने र पाउने नागरिक हक स्थापित गऱ्यो । संविधानको भावनाअनुरुप २०४९ मा सञ्चार नीति जारी भयो । त्यसको लगतै २०४९ मै राष्ट्रिय प्रसारण नियमावलीमा ऐन जारी भयो । राष्ट्रिय सञ्चार नीतिको भावनालाई समेट्दै ऐनले निजी क्षेत्रलाई एफएम रेडियो सञ्चालन गर्न दिने व्यवस्था गऱ्यो । ऐनको प्रावधानले नियमावलीले व्याख्या गर्दै निजी क्षेत्रले रेडियो प्रसारणका लागि अपनाउनुपर्ने प्रक्रिया निर्धारण गऱ्यो ।

२०५२ सालअघिसम्म कानुनी हिसाबले रेडियो प्रसारणका क्षेत्रमा एकमात्र राज्य नियन्त्रित रेडियो नेपालको एकाधिकार थियो । तर २०४६ सालको परिवर्तनपछि सरकारले रेडियोको आफ्नो पकडलाई विस्तारै खुकुलो बनाउँदै लग्यो । एन्टेना र ट्रान्समिटरमाथिको करिब ५० वर्ष लामो एकाधिकार २०५४ जेठ ५ गते समाप्त भयो । साढे चार वर्षको अनवरत प्रयत्न र संघर्षपछि यो दिन नेपाल वातावरण पत्रकार समूहले नेपालमा पहिलोपल्ट स्वतन्त्र प्रसारण सेवाका रूपमा रेडियो सगरमाथा प्रसारण गर्ने अनुमति प्राप्त भयो । रेडियो सगरमाथाले २०५४ जेठ ९ गते बुद्ध पूर्णिमाको दिन पारेर परीक्षण प्रसारण सुरु गऱ्यो ।

संगठन स्वरूप

रेडियो सगरमाथाको सञ्चालक संस्था नेपाल वातावरण पत्रकार समूह हो । सुरुमा तीनवटा अरु संस्था नेपाल प्रेस इन्स्टिच्युट, हिमाल एसोसिएसन र वर्ल्डभ्यू नेपाल रेडियो सगरमाथामा आवद्ध थिए ।

नेपाल वातावरण पत्रकार समूहले रेडियो सगरमाथा सञ्चालन गर्नका लागि एउटा स्वतन्त्र सञ्चालक समिति गठन गर्ने परम्परा रहेको छ । सुरुमा तीनवटै सहयोगी संस्थाहरूका प्रतिनिधि रहने गरी सात सदस्यीय रेडियो सगरमाथा

सञ्चालक समिति रहेको थियो । तर केही नीतिगत समस्या आएपछि २०५६ साल चैतको अन्त्यदेखि नेपाल वातावरण पत्रकार समूह आफैंले मात्रै रेडियो सगरमाथा सञ्चालन गर्न थाल्यो । पहिलेको रेडियो सगरमाथाको विनियममा केही परिवर्तन गरी समूहको अध्यक्ष नै रेडियो सगरमाथा कार्यसञ्चालन समितिको पदेन अध्यक्ष हुने प्रावधान राखियो । समूहले सञ्चालकहरूको संख्या घटाएर पाँच सदस्यीय बनायो । स्टेशन म्यानेजर कार्य सञ्चालन समितिको सदस्य-सचिव रहने व्यवस्था अहिले पनि कायमै छ ।

स्टेशन म्यानेजर रेडियो सगरमाथाको कार्यकारी प्रमुख हो । स्टेशनको नीति निर्धारण कार्य सञ्चालन समितिले गर्दछ । रेडियो सगरमाथामा काम गर्ने अन्य कर्मचारीहरूलाई कार्य सञ्चालन समितिले नियुक्त गर्छ भने स्टेशन म्यानेजरको नियुक्ति नेपाल वातावरण पत्रकार समूहको कार्यसमितिले गर्दछ । स्टेशनको दैनिक कार्य सञ्चालन र अन्य सबैखाले जिम्मेवारी स्टेशन म्यानेजरले वहन गर्नुपर्छ ।

जनशक्ति

रेडियो सगरमाथामा दुई खालका जनशक्ति रहेका छन् तलबी र स्वयंसेवी । स्टेशनमा हाल कार्यक्रम, प्रशासन र बजार प्रवर्द्धन विभागमा गरेर ४१ जना कार्यरत छन् । यस्तैगरी विभिन्न खालका कार्यक्रम उत्पादन र सञ्चालन गर्ने स्वयंसेवीहरूको संख्या ३२ रहेको छ ।

कार्यक्रम तथा अन्य क्षेत्रमा महिलाहरूलाई प्राथमिकता दिने, उनीहरूको संख्या बढाउने तथा अवसर जुटाइदिने नीति रेडियो सगरमाथाको रहेको छ । यही नीतिअनुरूप उल्लेख्ख संख्यामा महिलाहरूलाई विदेशमा तालिमको व्यवस्था पनि गरिँदै आएको छ ।

कार्यक्रम

रेडियो सगरमाथाले सञ्चालन गर्ने कार्यक्रमहरू मूलत: तीन किसिमका छन् । सूचनामूलक, शिक्षामूलक र मनोरञ्जनात्मक । दैनिक दुई घण्टाबाट प्रसारण सुरु गरेको रेडियो सगरमाथा अहिले दैनिक १८ घण्टा प्रसारणमा छ ।

प्रविधि

रेडियो सगरमाथाले थोरै प्राविधिक उपकरणको भरमा स्तरीय कार्यक्रमहरू सञ्चालन गर्दै आएको छ । सुरुमा एउटा पाइपमा रेडियो सगरमाथाको एन्टेना झुन्ड्याएर प्रसारण गरिएको थियो । यसको उचाई २५-३० फिटजति थियो ।

२०५६ फागुनमा रेडियो सगरमाथाले मास्ट उठाउनुका साथै एन्टेनामा पनि व्यापक फेरबदल गऱ्यो। यसबाट रेडियो प्रसारण स्पष्ट र धेरै ठाउँमा सुन्न सकिने भयो। अहिले रेडियो सगरमाथा काठमाडौं वरपर धादिङ, नुवाकोट, काभ्रे, सिन्धुपाल्चोक, रसुवालगायत झन्डै ८ जिल्लामा सुन्न सकिन्छ।

प्रसारणको थालनी गर्दा रेडियो सगरमाथासँग एउटामात्र स्टुडियो थियो। अहिले दुईवटा स्टुडियो छ। रेकर्डिङ र स्टुडियो उपकरणहरू थपिएका छन्। रेडियो सगरमाथाले परम्परागत प्रविधिबाट डिजिटल प्रविधिमा ढालेको छ। २०५६ देखि नै कम्प्युटर प्रविधिमा उत्पादन र प्रसारण गर्दै आएको छ।

क्षमता विकास र तालिम

रेडियो सगरमाथाले सुरुमा छानिएका केही सञ्चारकर्मीहरूलाई तालिमसँगै कार्यक्रम उत्पादनका लागि फेलोसिप प्रदान गऱ्यो। धेरै तालिमहरू पहिला युनेस्कोको सहयोगमा सञ्चालन भएका थिए। सुरुका दिनहरूमा पानोस, डानिकमले पनि तालिममा सहयोग पुऱ्याएका थिए। रेडियो सगरमाथाले प्रत्येक वर्ष रेडियो कार्यक्रम उत्पादनलगायत अन्य विषयहरूमा विभिन्न खालका तालिम आयोजना गर्दै आएको छ। सगरमाथाले आफ्ना कर्मचारीलाई मात्र तालिम दिने होइन, मुलुकका अन्य सामुदायिक रेडियोकर्मीहरूलाई पनि तालिम दिने व्यवस्था गरेको छ।

बजार व्यवस्थापन

रेडियो सगरमाथासँग बजार व्यवस्थापन गर्ने एउटा छुट्टै विभाग भए पनि यसले अपेक्षित काम गर्न सकेको छैन। रेडियो सगरमाथामा सामान्यतया वस्तुको विज्ञापन अति कम बज्ने गरेको छ। रेडियो सगरमाथाले आफूलाई आर्थिक रूपमा सवल बनाउन सामाजिक बजार व्यवस्थापनको नीति लिएको छ। रेडियो सगरमाथाका कार्यक्रम जनताप्रति उत्तरदायी भएर निर्माण गरिने भएकाले आफ्नो नीतिसँग मेल खाने संघ-संस्थाहरूसँग सहकार्य गर्ने गरेको छ।

सञ्जाल

रेडियो सगरमाथासँग अहिले काठमाडौंबाहिरका सामुदायिक रेडियोसँग बलियो सञ्जाल छ। सगरमाथाद्वारा उत्पादित कार्यक्रम काठमाडौंबाहिरका ९ वटा स्टेशनमा प्रसारण भइआएको छ। निकट भविष्यमा काठमाडौंबाहिरका स्टेशनहरूले उत्पादन गरेका कार्यक्रम पनि रेडियो सगरमाथाबाट प्रसारण गर्ने योजना रहेको छ।

सामुदायिक रेडियो सञ्चालन समस्या, सम्भावना र चुनौती

दधिराम सुवेदी
स्वर्गद्वारी एफएम

रेडियो भन्नेबित्तिकै एउटा तरंगबाट सञ्चालन हुने विद्युतीय साधन वा आफ्नो कोठामा भएको वस्तु ब्याट्री राख्नेबित्तिकै बोल्ने भाँडोलाई बुझिन्छ । त्यस्तै भाँडोलाई बज्ने बनाउन एउटा रेडियो स्टेशनले के के समस्या भोग्नुपर्छ, के के फाइदा हुन्छ, के के चुनौतीहरू हुन्छन् भन्ने विषयमा तल केही प्रकाश पार्न खोजिएको छ ।

भूमिका

वि.सं. २०४५ सालतिर साप्ताहिक विमर्शमा एउटा समाचार पठाई छापिएपछि पत्रकारितातर्फ उन्मुख हुने इच्छा जाग्यो । तर आफ्नो क्षमता र बुद्धि दुवै प्राप्त भइनसकेकाले २०४६ सालको प्रजातन्त्र पुनर्वहालीपश्चात् मुलुकमा बोल्ने स्वतन्त्रता प्राप्त भयो । यही मौका छोपी आफूले सञ्चालन गरिरहेको कल्पना प्रेसमा २०४९ सालमा दृष्टिकोण साप्ताहिक पत्रिका सञ्चालन गरेँ । १ वर्ष पत्रिका चलाउँदा जुन चर्चा पाउनु पर्थ्यो त्योभन्दा बढी तत्कालीन समयमा रेडियो नेपालबाट सञ्चालन भएको घटना र विचार कार्यक्रम ४-५ वटा भ्वाइसकास्ट गर्द बढी चर्चा पायो, यसले गर्दा छापा पत्रकारिताभन्दा विद्युतीय साधन बढी प्रभावकारी हुँदोरहेछ भन्ने लागेर साथी भगीरथ योगीको सल्लाहबमोजिम यसतर्फ आकर्षित भएको हुँ । रेडियोका कुरा गर्दा पत्रकारिता नगरेका मान्छेबाट सञ्चालन गर्न कठिन हुन्छ । कम्तीमा पत्रकारिताका लागि २-४ वटा भोटा फटालेपछि यो काम गर्न सकिँदोरहेछ भन्ने कुरा मलाई महसुस भयो । आफ्नै पनि

एफएम भनेको रेडियो नेपाल हो भन्ने मानसिकता जनतामा रहेको छ । अझै पनि रेडियो नेपालले कति पैसा दिन्छ वा यो रेडियो भनेको रेडियो नेपालकै शाखा हो भन्ने भावना रहेको छ ।

रेडियो स्वर्गद्वारीको सञ्चालनका बारे कुरा गर्दा अफसेट मेसिनद्वारा सरयू साप्ताहिक पत्रिकाको सम्पादकभन्दा पनि रेडियो प्रतिनिधिको प्रभाव बढी पर्ने देखेँ, पछि काठमाडौंको रेडियो सगरमाथाको प्रभावले सुरु गर्ने हौसला प्राप्त भएको हो ।

खासगरी साथी भगीरथ योगी र रघु मैनालीले यो रेडियो सञ्चालन गर्न अथक प्रयास गर्नुभएको छ । मैले एउटा कोर्डिनेटरको भूमिका मात्र निभाएको हुँ । कुन सामान राम्रो, कहाँबाट झिकाउने, कस्तो राख्ने यी सबै कुरामा अज्ञानता थियो । सबै कुरा साथी रघु मैनाली र भरत भुसालले सल्लाह दिनुभएको थियो ।

रेडियो लाइसेन्स लिँदा चाहिने कागजपत्रदेखि जनशक्ति तयार पार्न रघु मैनालीले सहयोग पुऱ्याउनुभयो । सुरुमा १-१ जना प्राविधिक र कार्यक्रम उत्पादन गर्ने व्यक्तिलाई प्रशिक्षण दिएर रेडियो सगरमाथाले सहयोग पुऱ्याएको थियो । सञ्चालनपछिका दिनमा स्वार्थका लागि आउने बधाई मैले गर्नुपर्छ भन्ने रहेका कुराका लागि लागेको छ । म फलानो मैले यस्तो सोचेको छु भन्ने । नेटवर्क गरौं समाचार बाँडौं भन्ने धेरै कुरा खर्चका लागि आएका छन् । समुदायमा बसेर काम गर्न रेडियोलाई स्थानीय समाचारको जति महत्त्व हुन्छ त्यति राजधानीको समाचार महत्त्व हुँदैन ।

हाल प्रत्येक दिन रेडियो सगरमाथाबाट बिहान प्रसारण हुने अखबार कार्यक्रम मणिग्रामको रेडियो लुम्बिनीमा फोन गरी दाङमा प्रसारण गरेका छौं जो अत्यन्त लोकप्रिय छ । कामका बारेमा कुरा गर्दा अझै हामीसँग दक्ष जनशक्ति छैन । उपकरणका कारण १ पटक १० दिन र अर्कोपटक १ दिन रेडियो बन्द भयो । आम्दानी नहुने, जे मन लाग्यो त्यो विज्ञापन नबजाउने, हिन्दी गीत नबजाउने गर्नाले केही विज्ञापनको कमी छ ।

यस रेडियोमा पूर्णकालीन, अल्पकालीन र दीर्घकालीन स्वयंसेवक गरी ३ थरीका सञ्चारकर्मी रहेका छन् । रेडियोमा जिविस/नपालगायत विभिन्न व्यापारिक प्रतिष्ठानका प्रायोजित कार्यक्रम सञ्चालन गरिएको छ । जसबाट मासिक करिब १ लाख आम्दानी हुने गरेको छ । वर्तमान सरकारले बीबीसी नेपाली सेवा

ब्रोडकास्ट गर्न अनुमति दिएको छैन । यो अनुमति नदिइयोस् भनी दङ्गालीहरू नै लागेका छन् । जुन कुरा मलाई भन्न अप्ठ्यारो लागेको छ । संकटकालमै जन्मिएर लगातार काम गरी तेस्रो वर्षसम्म कर्फ्युको समयमा कार्यक्रम सञ्चालन गर्दा बीच-बीचमा आउने सरकारी र माओवादीका दबाव, तस्कर र घूसखोरीका धम्की अब मेरा लागि सामान्य भइसकेका छन् ।

जिल्ला प्रशासन कार्यालय दाङले तिर्नुपर्ने ३ लाख ३० हजार अझै दिएको छैन भने केही विज्ञापन एजेन्सीहरू पनि ब्वाँसोको जस्तो व्यवहार गरिरहेका छन् । समस्या हजारौं भए पनि रेडियोबाट प्रसारण भएका समाचार सत्य भएको र जनतालाई स्वर्गद्वारी एफएमले नभन्दासम्म विश्वास नहुने वातावरण तयार हुनु, पर्सदेखि श्रीमतीसम्म हराएका सूचना रेडियोबाट प्रसारण भएपछि प्राप्त हुनु, रेडियोप्रति सर्वपक्षीय प्रशंसा हुनु सुखद् पक्ष हो । हिजोसम्म रेडियोलाई हेप्ने अब रेडियोप्रति माया गर्न थालेका छन् । १०० वाटबाट क्षमता वृद्धि गरी ५०० वाट भएपछि हाम्रो श्रोता बढेका छन् । जसले गर्दा हाम्रो जिम्मेवारी अझ बढेको छ । टाढा-टाढाबाट दैनिक ५०० वटासम्म चिठीपत्र आउँछन् ।

दाङ जिल्लाका २ नगरपालिका र ३९ गाविसका करिब ४ लाख, रोल्पाको सखी, डुबिङ र मसिना गाविसलगायत १५ गाविसका करिब ५० हजार, सल्यान जिल्लाको सदरमुकाम खलंगा, मार्के, फलावाङ, खेरावाङ, धनवाङ एवं कपुरकोटसहित १७ गाविसका करिब २ लाख र बाँकेका १० गाविसका करिब २ लाख जनतासम्म यो रेडियो पुगेको जानकारी प्राप्त भएको छ । यसैगरी प्यूठानको स्वर्गद्वारी, खालसमेत गरी १० गाविसका करिब १ लाख गरी ११ लाख श्रोतासम्म पुगेको छ ।

हाल सञ्चालनमा भइरहेका कार्यक्रम

थारू भाषाको कार्यक्रम, मगर खाम भाषाको, अवधी भाषालगायत अंग्रेजी भाषाको कार्यक्रम र नेपाली भाषाका असल शासन, विश्वचक्र, पुराना कुरा, आजका कुरा (अन्तरक्रिया), समाचार (खोजखबर), महिला, वन, वातावरण, शैक्षिक, कृषि, अर्थ, सहअस्तित्व (जेन्डर), स्वास्थ्य, हांस्यव्यंग्य, भक्तिसाधना, अखबार, बालसंगीत कार्यक्रम गरी दैनिक १० घन्टा प्रसारण हुन्छ ।

रेडियो दीर्घकालीन सञ्चालन गर्न र सुरु गर्न मद्दत गर्न डानिडा, सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्र, युनेस्कोलाई पनि स्मरण गर्न चाहन्छु । रेडियोका लागि पटक-पटक प्रशिक्षण दिन आउने साथीहरू रघु मैनाली, भरत भुसाल र घमराज लुइँटेललाई धन्यवाद दिन चाहन्छु ।

अनुसूची ३

सामुदायिक रेडियो अवधारणा र सञ्चालन

भरत भुसाल
रेडियो लुम्बिनी

अवधारणा

हाम्रो देशको सम्पूर्ण विकास र सुविधा काठमाडौं केन्द्रित विकास हो । काठमाडौंले पचाउन नसकेका छिटफुट विकास चार भन्ज्याङ बाहिर पुग्छन् । काठमाडौंमा बसेर, काठमाडौंका दृष्टिले हेर्दा शेष नेपाल पूर्णत दुर्गम छ । यस अवस्थामा हरेक नयाँ सुविधा र अवसरको भोग काठमाडौंले गर्दछ । सञ्चारका क्षेत्रमा पनि यो अवस्था विद्यमान थियो । विकास र अवसरका हरेक क्षेत्रमा काठमाडौंको अर्ति, उर्दि र उपदेशबाहेक बाहिर अरू चिज अति कम पुगेको छ ।

रुपन्देही जिल्ला वा लुम्बिनी अञ्चल ऐतिहासिक आर्थिक र साँस्कृतिक दृष्टिले महत्त्वपूर्ण स्थान हो । रुपन्देहीबाट हेर्दा हाम्रा लागि काठमाडौं दुर्गम थियो । हामी लुम्बिनीवासीको सहज पहुँचमा नरहेको काठमाडौं हाम्रा लागि स्वभावत दुर्गम हो । त्यसलाई सुगम बनाउनु हाम्रो जिम्मेवारी हो अर्थात् लुम्बिनीवासीको । हाम्रो आफ्नै अवस्था बोध गर्न, आफ्नो अवस्था बदल्नका लागि पनि हामीबीच सहज, सरल र सुलभ सञ्चारमाध्यमको खाँचो थियो । पत्रपत्रिकाहरूको सुलभ पहुँचका लागि हाम्रो समुदाय क्रयशक्ति, साक्षरता र वितरणका दृष्टिले सवल बनिसकेको छैन । सञ्चारका अन्य साधन थिएनन् ।

हामी लुम्बिनी बासिन्दा नयाँ कार्यको खोजीमा थियौं, जुन कार्यले हामी हाम्रो समुदायमा गौरव र ग्लानी बाँडचुड गर्न सकौं, आफ्ना सफलता र कष्टहरूका बारेमा खुलेर छलफल गर्न सकौं, हाम्रो अवस्था बोध गर्न र त्यसबाट मुक्त हुन सबैमा छलफल चलाउन सकियोस्, यी सबैका लागि प्रभावकारी भरपर्दो र सुलभ सञ्चार प्रणाली स्थापना गर्न सकियोस्, यसैको खोजीमा हामी थियौं ।

हामीमा भएको ज्ञान, सीप र जानकारी समुदायमा विस्तार गर्न सकियोस् र हामी आफैं सूचित, सजग र प्रेरित हुन सकियोस् भन्ने ध्येय निरन्तर बढिरहेको थियो । यसै मेसोमा रेडियो सगरमाथाको मार्ग पछ्याउँदै रेडियो लुम्बिनीको अवधारणा सुरु भयो ।

रेडियो लुम्बिनीको अवधारणा, समुदायको वृहत्तर हितका लागि केही नयाँ र चुनौतीपूर्ण काम गर्नुपर्छ भन्ने ध्येयले अगाडि बढेको थियो । रेडियो प्रविधि नै हाउगुजीको अवस्था रहेको मोफसलमा रूपन्देहीका ग्रामीण बासिन्दाको स्वामित्व, व्यवस्थापन र सहभागितामा रेडियो सञ्चालन गर्ने सोच तत्कालीन अवस्थामा चुनौतीपूर्ण थियो र अपत्यारिलो सत्य । यो अवस्था परिवर्तन भई हाल करिब ५ वर्षमा एफएम रेडियो बझाङ जुम्लादेखि सोलु हुँदै झापासम्म जनजीवनको सामान्य प्रक्रिया भएको छ । त्यस बेला रेडियो सगरमाथाका तत्कालीन स्टेशन म्यानेजर रघु मैनालीको उत्प्रेरणा र घनश्याम भुसालको सक्रियताले काठमाडौंबाहिर जनताको पहिलो रेडियोका रूपमा रेडियो लुम्बिनी प्रसारण हुने अवसर प्राप्त भयो ।

रेडियो प्रविधि सहर र राजधानीका धनाढ्यहरूको शौख होइन, ग्रामीण क्षेत्रका बासिन्दाको सुख-दुःखको साथी र सामुदायिक उत्प्रेरक हुन सक्छ र यो क्षेत्रमा रेडियो प्रविधिलाई प्रयोग गर्न रघु मैनालीले यसमा सक्रिय हुनुभयो भने हामीहरू हाम्रो स्वामित्व, हाम्रो लगानी, हाम्रै सहभागिता र व्यवस्थापनमा हामीले जानेका र हाम्रा आवश्यकताका कुरा हामीले नै प्रसारण वा आदान-प्रदान गर्न सक्छौं, समुदायप्रतिको ठूलो अभियानमा सामेल हुन सक्छौं भन्ने ध्येयले हामी सहभागी भयौं । लुम्बिनी सूचना तथा सञ्चार सहकारी संस्था गठन गर्‍यौं र त्यसको मातहतमा रेडियो लुम्बिनी सञ्चालन प्रक्रिया सुरु गर्‍यौं ।

सुरुवातको अवस्था

प्रसारण अनुमति पाएपछि पनि रकमको बन्दोवस्त नहुँदा करिब १ वर्ष हामी त्यसै बस्यौं । आफैंमा आत्मविश्वास पलाएको पनि थिएन । उता रघु मैनालीले सगरमाथा छाड्नुभयो । अनुरोध गर्दा २ महिनाजति उहाँ रुपन्देही बस्न राजी हुनुभयो । त्यसपछि ऋण सापटी गरेर ट्रान्समिटर खरिद गर्‍यौं ।

रघु मैनाली रुपन्देही आएपछि घर खोज्नेदेखि रेडियोकर्मीको छनौट प्रक्रिया सुरु गर्‍यौं । रेडियोकर्मी, सञ्चालक समितिलगायत सम्बद्ध पक्षलाई उहाँले प्रशिक्षण दिन थाल्नुभयो । यसै समयमा स्टुडियो निर्माणदेखि कार्यक्रमका प्रारम्भिक खाका

तय गर्न थाल्यौं । त्यस समयमा करिब २ महिना मैनाली मणिग्राममै बसेर प्रसारण सुरु गरेर काठमाडौं फर्किनुभयो ।

सुरुवातको समय सरल र सहज हुनुपर्छ भन्ने ध्येयका साथै र हाम्रै आर्थिक अवस्थाले समेत गर्दा एकसरो उपकरण खरिद गऱ्यौं र चीनमा निर्मित ट्रान्समिटर खरिद गरेका थियौं । स्टुडियो निर्माण अत्यन्त घरेलु र साधारण गऱ्यौं । हाम्रो ध्येय जसरी पनि प्रसारण गर्नु रहेको थियो । त्यस समयमा हाम्रो स्टेशन हेर्न आउने प्राय:सबै व्यक्ति रेडियो स्टेशनप्रतिको अनुमान र प्रत्यक्ष देखाइको अन्तर ठम्याउन नसकेर दंग पर्दथे ।

सुरुवातको समयमा कार्यक्रम उत्पादनमा समुदायका तात्कालिक समस्या र असरहरूका बारेमा मात्र कार्यक्रम सुरु गरिए । त्यसपछि क्रमश: अन्य कार्यक्रमहरू विस्तार गरिए । सुरुमा ६ घण्टाबाट सुरु गरिएको प्रसारण ७ घण्टा १० घण्टा, १२ घण्टा हुँदै हाल साढे १८ घण्टा प्रसारण भइरहेको छ । सुरुमा खरिद गरिएको ट्रान्समिटर पटक-पटक बिग्रेर हाम्रो प्रसारणमा अनेक व्यवधान खडा गर्दथ्यो, यस अवस्थालाई पार गर्नेक्रममा रेडियो लुम्बिनीले एक कुशल प्राविधिकसमेत तयार गरेको छ । हाल आफैं मर्मतको क्षमता ज्ञान प्राप्त गरेको छ । त्यसैगरी ट्रान्समिटर एन्टेना जडानलगायतका कार्य गर्न सक्षम प्राविधिक तयार गरेको छ । सुरुमा २०० वाट प्रसारण क्षमताबाट प्रसारण सुरु गरिएको थियो ।

सहभागिता

हाम्रो देशको परिवेशमा सामुदायिक सहभागिताका विभिन्न स्वरूपहरू छन् । सामुदायिक निकाय वा अंगहरूको विभिन्नतासँगै सबैका आ-आफ्ना विशेषतासमेत रहेका छन् । गुठी, सार्वजनिक मन्दिर, पौवा, स्कुल, कुलो, नहरलगायतका विभिन्न स्वरूपमा सामुदायिक चरित्र समाहित छ । रेडियो सञ्चालनको प्रारम्भिक अवस्थामा प्रविधिदेखि कार्यक्रमसम्मको अवस्थामा नयाँपन र नौलो चुनौतीको सामना गर्नुपर्ने अवस्था हामीमा थियो । यसकारण सबैले प्रवेश पाउन सक्ने, सहभागितासँगै स्वामित्व बोधको अवसरमा प्राप्त हुने र संस्थालाई निरन्तर र स्थायी बनाउन सदस्यहरूबाटै बाध्यात्मक योगदान हुनुपर्ने आवश्यकता महसुस गरी यसलाई सहकारीको संरचनामा स्थापित गरियो ।

तत्काल र प्रत्यक्ष फाइदा एवं आर्थिक प्रतिफल प्राप्त नहुने प्रकृतिका संस्थामा धेरै जनाको सहभागिता असफल हुँदै गएको हाम्रो आमचरित्रलाई समेत

सुल्टो चक्रमा हिंडाउने प्रयत्न स्वरूप यसलाई व्यापक र वृहद बनाउँदै जाने सोच विकसित भयो । सुरुमा २५ जनाबाट स्थापना गरिएको संस्था हाल करिब १५० जनाको हाराहारीमा पुगेको छ । जाति, भाषा, धर्म, लिंग र पेशाका दृष्टिले यस संस्थामा सबैलाई सहभागिताको अवसर छ । तर संस्था सञ्चालनका क्रममा आर्थिक अभावले रेडियो लुम्बिनीमा सर्वसाधारणको स्वामित्व पूर्ण सहभागिता भने केही गाह्रो छ ।

समग्रमा रेडियो लुम्बिनी एक सुरुवात हो, यसको अनुभवमा, यसले प्राप्त गरेका उपलब्धिका आधारमा यसले भोगेका समस्या र संकटका आधारमा देशभरिका सामुदायिक रेडियोहरूले अझ बढी सहभागिता वृद्धि गर्न र समुदायलाई अझ बढी रेडियोमा एकाकार गर्न सक्ने अवस्था रहन्छ । विभिन्न रेडियोहरूलाई अनुभव र उपलब्धिमा सहभागी गराउने काम भइरहेको छ । जसले गर्दा असल सम्भावनाको विकास र सम्भावित जोखिम र समस्याहरू पूर्वरोकथाम गर्न वा न्यूनीकरण गर्न सकिने अवस्था रहन्छ ।

संगठन

रेडियो लुम्बिनी, लुम्बिनी सूचना तथा सञ्चार सहकारी संस्थाद्वारा सञ्चालित छ । नेपालको प्रचलित सहकारी ऐन- २०४८ अनुसारको यो सहकारी कार्यालयमा दर्ता स्वीकृत भएको संस्था हो । हरेक वर्ष हुने साधारणसभा यसको मुख्य र सर्वोच्च अंग हो । संस्थाको सञ्चालक समितिको निर्वाचन नीति तथा कार्यक्रम र बजेटसमेत साधारणसभाले स्वीकृत गर्नुपर्दछ । सञ्चालक समिति ३/३ वर्षमा निर्वाचित गर्ने विनियमको प्रावधान छ ।

संस्थाको सञ्चालन एवं व्यवस्थापनका लागि ११ सदस्यीय सञ्चालक समिति गठन हुन्छ । संस्थाको दैनिक कार्य सञ्चालनका लागि कार्यकारी प्रमुखका रूपमा प्रबन्धकको नियुक्ति हुन्छ । रेडियो एवं संस्थाको कार्यकारी प्रमुख प्रबन्धक रहने व्यवस्था भए पनि यदाकदा कार्यकारी निर्देशक पद सिर्जना गरी कार्यकारी प्रमुख बनाउने अभ्याससमेत भएको छ ।

संस्थाको आर्थिक अनुशासन कायम गर्न साधारणसभाले सदस्यहरूभित्रबाट नै आन्तरिक लेखा समिति गठन गर्दछ । यो समिति विधानअनुरूपको महत्त्वपूर्ण अंग हो । जो साधारणसभाप्रति जवाफदेही हुन्छ । संस्थाका अन्य पदहरू प्रबन्धकका मातहतमा रहन्छन् । क्रमबद्ध रूपमा उल्लेख गर्दा संरचना यस्तो देखिन्छ ।

साधारण सभा

सञ्चालक समिति

लेखा उपसमिति

प्रबन्धक/कार्यकारी निर्देशक

प्रविधि

कार्यक्रम बजार

प्रशासन

विभिन्न शाखा

सामुदायिक रेडियो र यसका विविध पक्ष

समुदाय

सामुदायिक रेडियोको पहिलो सरोकारवाला क्षेत्र समुदाय हो । समुदायबाट समुदायका लागि नै सामुदायिक रेडियो सञ्चालन हुन्छ । सामुदायिक रेडियोको मूल्यांकन सामुदायिक विकास, रेडियोप्रति समुदायको विश्वास, सद्भाव र समुदायिक जीवनमा रेडियोले पारेको प्रभावका आधारमा आँकलन गरिनुपर्दछ । आर्थिक नाफाको अंकमात्र सामुदायिक रेडियोको मूल्यांकनको आधार बन्न गएमा त्यहाँ सामुदायिकपन हराउँछ । जसले गर्दा रेडियोको लक्ष्य नै भ्रष्ट हुन सक्छ ।

रेडियो लुम्बिनीको स्थापना र सञ्चालनको क्रममा समुदायको सद्भाव र सहयोग अत्यन्त धेरै रहेको छ । स्थानीय संघ-संस्था, उद्योग, व्यापार, स्थानीय निकाय, धार्मिक संघ-संस्थालगायत सबै क्षेत्रबाट यसप्रति विभिन्न रूपमा सहयोग प्राप्त भएको छ । कमसेकम समुदाय रेडियो लुम्बिनीको कार्यक्रमप्रति विश्वस्त र सकारात्मक रहेको छ ।

रुपन्देही जिल्लामा सरकारी विकासका दृष्टिले उपेक्षित क्षेत्र मर्चवारका सम्बन्धमा नियमित रेडियो कार्यक्रम प्रसारण र दानव नदीमा रिलायन्स पेपर मिल र त्रिवेणी डिस्टिलरीले पारेको प्रदूषणविरुद्ध मर्चवार बासिन्दालाई जागृत गराउने र अन्य क्षेत्रमा यसतर्फ ध्यानाकर्षण गराउने कार्यमा रेडियोको भूमिका उल्लेख्य रहेको छ भने मर्चवारको सिंचाइ समस्या र अवस्थाबारेमा नियमित कार्यक्रमले सहयोग पुऱ्याएको हो ।

तराईवासी समुदाय, तराईमा बहुसंख्यक भए पनि रेडियोजस्ता साधनमा उनीहरूको पहुँच थिएन । रेडियो लुम्बिनीले स्थानीय भाषामा कार्यक्रम प्रसारण गर्न थालेपछि यो समुदायको आवाज आमसञ्चारमा उपस्थित हुन थालेको छ ।

र, क्रमश: यस क्षेत्रमा पत्रकारितातर्फ र सामुदायिक कार्यक्रम उत्पादनतर्फ चासो र रुचि बढ्दै गएको छ । यो समुदायले आफ्नो भाषा, संस्कृति र अन्य विषयलाई आमसञ्चारमा उजागर गरेको छ । त्यसैगरी मगर र तमु भाषाको कार्यक्रमले समेत ती जातीय समुदायको भाषा, संस्कृति प्रसारण गर्ने अवसर र उत्साह थपेको छ ।

यी सबैका बाबजुद स्थानीय समुदायका गौरव र ग्लानी, सम्भावना र चुनौती, उपलब्धि र समस्याहरू सार्वजनिक हुने अवसर प्राप्त भएको छ । आवाजविहीनका आवाजले आमसञ्चारमा स्थान पाउँदै गएका छन् । स्वास्थ्य, शिक्षा, कृषिलगायत अन्य विषयमा अनुभवहरू आदान-प्रदान भएका छन् । कार्यक्रमका हिसाबले यो प्रक्रियामात्र भएकाले पूर्णता अवश्य प्राप्त भएको छैन । रेडियो लुम्बिनी सामुदायिक चरित्रमा रहिरहनका लागि यो कार्यमा निरन्तर रहिरहन्छ र रहिरहनुपर्छ । जातीय समुदाय, क्षेत्रीय समुदाय आदिबीच समन्वय र साझा बन्दै अगाडि बढ्दैछौं । तर मुस्लिम (जातीय) समुदायभित्र रेडियो प्रवेश गर्न सकेको छैन ।

सरकार

प्रजातान्त्रिक मान्यता तर अनुदारवादी सोच र व्यवहार सरकारले सामुदायिक र निजी रेडियोतर्फ प्रदर्शन गरेको छ । काठमाडौंबाहिरका एफएमहरूले माओवादीलाई सघाएको आरोप लगाउने मनोनीत सञ्चारमन्त्री र एफएमहरूले समाचार प्रसारण गर्न नपाउने गरी निर्देशन जारी गर्ने जननिर्वाचित मन्त्रीबीच चिन्तन र संस्कारका दृष्टिले भिन्नता पाउने आधार छैन ।

सामुदायिक रेडियो राज्यको लोक कल्याणकारी अभियानमा प्रभावकारी माध्यम हुन सक्छन् भन्ने चेत सत्तामा जानासाथ हराउने प्रवृत्ति रहिरहेको छ । देशका सारा एफएमहरूका समाचारमा रोक लगाउने, दर्तादिखि अन्य कारबाही र नवीकरण ढिला गर्नेलगायत अनेक बखेडा गर्ने कार्य सरकारबाट भइरहेका छन् ।

रेडियो लुम्बिनीको अनुभवका आधारमा भन्ने हो भने ट्रान्समिटर क्षमता वृद्धि गर्ने अनुमति प्राप्त गर्न २ वर्षसम्म मन्त्रालय धाउनु परेको थियो । सरकारी रेडियो जस्तो सत्ता वा दलको मुखपत्र हुन नमिल्ने सामुदायिक रेडियोहरू सदा समुदायप्रति नै जवाफदेही र उत्तरदायी हुन्छन् । समुदाय र समाजप्रतिको जवाफदेही कुनै दल वा सत्ताप्रतिको जवाफदेहीभन्दा अत्यन्त महत्त्वपूर्ण र स्थायी हुन्छ । तर सत्ताले यो कुरा कम मात्रामा महसुस गरेको छ ।

सार्वजनिक प्रसारणको माध्यम निजी र सामुदायिक क्षेत्रका रेडियोले कुल जनसंख्याको ७० प्रतिशतभन्दा बढी जनसंख्यालाई सेवा पुऱ्याइरहेका छन् । तर पनि यी रेडियोप्रति सरकारी वा राज्यको प्रष्ट र स्पष्ट धारणा अझै बनेको छैन । व्यक्ति-व्यक्तिको सोचका आधारमा रेडियोप्रतिको राज्यको धारणा फरक र बदलिने गरेको छ । मन्त्रालयबाट सञ्चालनका क्रममा कुनै सकारात्मक र उल्लेख्य सहयोग रेडियो लुम्बिनीले पाएको छैन । सुरुमा इजाजतपत्र लिने प्रक्रियामा भने सामुदायिक रेडियोप्रति उदार भावना राख्ने व्यक्तित्व राधाकृष्ण मैनाली सञ्चारमन्त्री हुँदा सजिलो भएको थियो ।

सरकारका स्थानीय शाखाहरू पनि रेडियोप्रति सहज हुन सकेका छैनन् । ती निकायमा पनि लाभको सिद्धान्त यथावत छ । उनीहरूको प्रचार-प्रसारको बजेटसमेत अतिरिक्त लाभका सिद्धान्तबाट प्रेरित छन् । सामुदायिक रेडियोबाट अतिरिक्त लाभ प्राप्त नगरेका कारण बजेट निस्क्रिय गराउनेदेखि अन्य तरिकाले खर्चिने परिपाटी यथावत छ । रेडियोमा बसेर हेर्दा प्रशासनयन्त्र भित्रका अपारदर्शी एवं अतिरिक्त लाभका खेल धेरै मात्रामा देखिन्छ ।

दातृ संस्था वा अन्य संघ-संस्था

सामुदायिक रेडियोको अभियान नेपालमा केबल ६ वर्षको भएको र संख्या पनि न्यून भएका कारण दातृ संस्थाहरू त्यति धेरै देखिएका छैनन् । डानिडाको मानव अधिकार तथा सुशासनसम्बन्धी इकाइ र युनेस्कोले रेडियो लुम्बिनीदेखि सामुदायिक रेडियोलाई उल्लेख्य सहयोग पुऱ्याएका छन् । त्यसैगरी अन्य वैदेशिक संघ-संस्थाहरूमा पहुँच पुऱ्याउन सक्दा ती संस्थाहरू सकारात्मक नै छन् ।

नेपाली संस्थाहरूका हकमा नेपाल वातावरण पत्रकार समूह/सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्र, रेडियो लुम्बिनीको भरोसायोग्य सहयोगी बन्यो । रेडियो सगरमाथा र सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्रले रेडियो लुम्बिनीलाई दृश्य-अदृश्य अनेक सहयोग गरेका छन् ।

कतिपय गैरनाफामुखी संस्थाहरूले निजी कम्पनीहरूलाई अनुदान दिई सामुदायिक रेडियोहरूबाट आर्थिक लाभ लिने प्रयत्नसमेत भएको पाइयो । समग्रमा सामुदायिक रेडियोलाई सहयोग गर्नेहरू आफ्नाबारेमा प्रचार गर्दैनन् परेका बखत हरकिसिमको सहयोग गर्छन् । तर सामुदायिक सञ्चारका परजीवीहरू रेडियो स्थापना गर्दा वा गर्न कुनै सहयोग वा सरोकार गर्दैनन् । तर भेटेसम्म त्यसको सारा श्रेय आफैं लिन्छन् । दातृ संस्थाहरूका अवस्था र ठेकेदारी गर्नेहरूको

दौडलाई सामुदायिक रेडियोहरूले आफैं नचिरेसम्म यो प्रवृत्तिले सामुदायिक रेडियोलाई चुसिरहन्छ ।

रेडियो लुम्बिनीका हकमा अन्य संघ-संस्थाहरू पनि विभिन्न कालखण्डमा सहयोगी रहँदै आएका छन् । दीपक ज्ञवाली, अजय दीक्षितहरू सम्मिलित IDA ले रेडियो लुम्बिनीलाई ठूलो सहयोग गरेको थियो । त्यस सहयोगले एक अवस्थामा रेडियो लुम्बिनीलाई कार्यक्रमदेखि अन्य क्षेत्रमा अति सजिलो बनाएको थियो । त्यस्तै Unesco, CECI, MS Nepal, WACC रेडियो लुम्बिनीप्रति सौहार्द्ध सम्बन्ध र सहयोग गरेका छन् । यस्तै क्यानेडियन नागरिक, इयन प्रिंगलको व्यक्तिगत शुभेच्छाले रेडियो लुम्बिनीले कार्यक्रम र उपकरणका क्षेत्रमा सहयोग पाएको छ । युनेस्कोका सञ्चार सल्लाहकार विजयानन्द जयविरा बिर्सिन नहुने अर्को नाम हो ।

कार्यक्रम

कार्यक्रम रेडियोको प्राण हो । श्रोताले कुनै पनि स्टेशनका उपकरणको मूल्य र प्रविधिका बारेमा वास्ता गर्दैनन् । श्रोताले रेडियोको मूल्यांकन गर्ने आधार त्यसमा प्रसारण गरिने कार्यक्रम हो । रेडियोको नियमित समस्या चुनौती र उपलब्धि नै कार्यक्रम हो ।

कार्यक्रम तयार गर्ने कार्यका लागि उत्साही र समर्पित रेडियोकर्मीहरूको खाँचो पर्दछ । सौहार्द्ध वातावरण तयार गरेमा सामुदायिक रेडियोहरूमा स्वयंसेवी चरित्रका कार्यक्रम उत्पादकहरूलाई संलग्न गराउन सकिन्छ । तर संस्थाको संरचनाले वा नेतृत्वले रेडियोकर्मीलाई १०-४ को हाजिरे कर्मचारीका रूपमा व्यवहार गर्न थालेमा उत्पादकत्वमा ह्रास आउँछ । त्यसबेला कार्यक्रमको स्तरभन्दा प्रसारण समय भर्ने ध्येयमात्र रहन्छ । कठोर र अनावश्यक औपचारिक नियमावलीले यस्तो अवस्था सिर्जना गर्छ । कार्यक्रम उत्पादकहरूको हाजिरी वा मूल्यांकन On Air कार्यक्रमलाई दिने वा स्टेशन म्यानेजर र पदाधिकारीलाई नमस्ते गरेका आधारमा गर्ने भन्ने कुरामा स्पष्ट हुनु जरुरी छ ।

रेडियो कार्यक्रम समुदायका लागि आवश्यक, समुदायलाई मन पर्ने र समुदायले रोजेका हुनुपर्छ । तर कार्यक्रमलाई त्यसतर्फ पूरै केन्द्रित गर्न सकिएको छैन । कार्यक्रमलाई प्रभावकारी र लोकप्रिय बनाउन समुदायको खास आवश्यकता र त्यसको प्राथमिकताक्रम निर्धारण गर्नुपर्छ ।

रेडियोमा कार्यक्रमका सम्बन्धमा विभिन्न खालका छलफल र सुझाव लिने, सोअनुरूप रेडियोकर्मीलाई सुझाव दिन प्रेरित गर्ने कार्यहरू हुनुपर्छ । रेडियो कार्यक्रममा Coach / Feedback ले महत्त्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गर्छ । यो

प्रक्रिया निरन्तर चलाउनुपर्छ । रेडियो कार्यक्रमलाई व्यवस्थित बनाउन रेडियो बाहिर पनि केही प्रबुद्ध व्यक्तिहरूसँग नियमित अन्तरक्रिया चलाउने, कार्यक्रमको मर्म, उद्देश्य र आवश्यकता बुझ्ने कार्यक्रम क्षेत्रका सल्लाहकार हुनुपर्दछ । रेडियोभित्रको दृष्टिले वा हेराइबाट मात्र कार्यक्रम प्रभावकारी नहुन सक्छ । त्यसैले यसको संयन्त्र अनिवार्य तत्व हो ।

रेडियो कार्यक्रम प्रभावकारी बनाउन रेडियोकर्मीलाई नियमित प्रशिक्षण तथा तालिमहरू आवश्यक पर्दछ । कुन व्यक्तिलाई कुन तालिमको खाँचो छ सोअनुसार तालिममा सहभागी बनाउँदा त्यसको प्रतिफल सकारात्मक निस्कन्छ । तर तालिमका नाउँमा भ्रमणको अवसरमात्र जुटाउँदा वा कार्यक्रम, रेडियोकर्मी र उसको कार्यक्रमिक पृष्ठभूमिलाई बेवास्ता गरी सहभागिताका लागि तालिममा सहभागी बनाउँदा ती व्यक्तिको अपेक्षित स्तर वृद्धि हुँदैन । अर्कोतर्फ भर्ना प्रक्रियामा सामूहिक प्रतिस्पर्धा नगराई इच्छुक सबैलाई सहभागी बनाउने प्रचलनले पनि कार्यक्रमको स्तर जुन रूपमा वृद्धि हुनुपर्थ्यो, सो हुन सक्दैन ।

समग्रमा यी कमीकमजोरीका बाबजुद कार्यक्रम समुदाय उन्मुख बनाउने प्रयत्न जारी नै छन् । विज्ञापन जम्मा गर्ने उद्देश्यले धेरैले सुन्ने कार्यक्रमको ध्येय होइन कि समुदायलाई सुनाउन उनीहरूकै विषयवस्तुको कार्यक्रम उत्पादन गर्नुपर्छ भन्ने सोच यथावत छ । यो चिन्तन रहेसम्म कार्यक्रमको स्तर वृद्धि गर्न सकिने सम्भावना यथावत् रहन्छ ।

आन्तरिक जीवन

“कुण्डकुण्ड पानी, मुण्डमुण्ड बुद्धि” हरेक स्थानमा लागू हुन्छ । रेडियोमा समाजका विभिन्न क्षेत्र र वर्गका व्यक्तिहरूको सहभागिता रहन्छ । सामान्यतया रेडियो लुम्बिनीका अधिकांश सदस्यहरूलाई रेडियो राम्रोसँग चलोस्, लोकप्रिय रेडियो बनोस्, समुदायमा यसको प्रभावकारिता अत्यन्त बढोस् भन्ने चाहना छ । त्यसको प्रतिफलमा उहाँहरूलाई निजी पद वा कद लाभको आकांक्षा छैन । संस्थाको आन्तरिक सम्बन्ध सामान्यतया ठीकै छ । संस्थाभित्रको समस्या भनेको दीर्घकालीन योजनामा गौण प्राथमिकता हुनु हो ।

उपलब्धि

(१)   सहभागितामा विविधता

रेडियो लुम्बिनीमा सहभागिताका हिसाबले विविधता रहेको छ । यस क्षेत्रमा बसोबास गर्ने विभिन्न जाति, भाषा, धर्म, संस्कृति, पेशा, वर्ग र लिंगका व्यक्तिहरूको यसमा सहभागिता रहेको छ । समुदायका सबै क्षेत्रको उत्साहमूलक सहभागिता हुनु सामुदायिक रेडियोको उपलब्धि हो ।

अगाडि रहेको छ । यो सम्बन्धलाई जीवन्त र विस्तार गर्न संस्था आफैं बढी क्रियाशील र उत्साही हुनुपर्छ ।

(३) समुदायिक रेडियोलाई आत्मबल

काठमाडौंबाहिरको पहिलो एफएम भएकाले काठमाडौंबाहिरका समुदाय वा निजी क्षेत्रले रेडियो सञ्चालन गर्न सकिन्छ भन्ने आत्मबल प्रदान गर्ने कार्य रेडियो लुम्बिनीले दिएको छ । रेडियो लुम्बिनी प्रसारण हुनुअघि मोफसलमा प्रसारण गर्न लाइसेन्स लिएर पनि रद्ध भएका थिए । लाइसेन्स प्राप्त गरेकाले पनि उपकरण खरिद गर्नेदेखि सञ्चालन गर्ने साहस गरेका थिएनन् । यसका लागि आत्मबल प्रदान गर्ने उदाहरण रेडियो लुम्बिनी बनेको थियो ।

(४) बालबालिका र सामान्य नागरिकहरूमा आत्मविश्वास

रेडियो प्रविधि नै हाउगुजी बनेको अवस्थामा रेडियो लुम्बिनीमा बालबालिका, युवा, वृद्ध र सामान्य ग्रामीण बासिन्दालाई कार्यक्रममा समावेश गर्न थालेपछि उनीहरूमा आत्मविश्वास बढेको र हाम्रा कुरा पनि समाजमा मान्य हुन्छन् भन्ने विश्वास जागेको छ । कुनै पनि विकास, निर्माण, सफलता वा अन्यायका कुरा सार्वजनिक गर्नुपर्छ भन्ने धारणाको विकास भएको छ ।

(५) प्रविधि र ज्ञानको हस्तान्तरण

रेडियोबाट प्रसारण गरिने यस क्षेत्रका लागि उपयोगी प्रविधि र ज्ञानले स्थानीय व्यक्तिहरूको जीवनलाई सरल र सहज बनाएको छ । कृषि, स्वास्थ्य, शिक्षालगायत विभिन्न विषयमा प्रसारण गरिने कार्यक्रमलाई अनुकरण गर्दा फलदायी र उपयोगी भएको प्रतिक्रियाहरू प्राप्त भएका छन् । सञ्चारको महत्त्वपूर्ण कार्य सूचित गर्नु जानकारी दिनु, अनुकरण गराउनु र प्रेरित गराउनु हो । यी कार्यमा उपलब्धिहरू प्राप्त भएका छन् ।

(६) भाषा संस्कृतिको विकास

स्थानीय र सामुदायिक रेडियो भएकाले यस क्षेत्रमा प्रयोग हुने भाषा र स्थानीय तर लोपोन्मुख संस्कृतिको जानकारी गराउने कार्यले गर्दा ती भाषा र संस्कृतिको गरिमा बढ्न थालेको छ । अर्कोतर्फ स्थानीय भाषामा कार्यक्रम प्रसारण गर्ने प्रवृत्ति आमरूपमा बढेको छ । खासगरी तराईवासी समुदाय आमसञ्चारमा सहभागी हुने प्रवृत्ति बढेको छ ।

(७) सूचनाप्रति अभिरुचि

स्थानीय क्षेत्रमा रेडियो सुरु भए पनि सूचना समाचारप्रति आमरूपमा अभिरुचि र चासो वृद्धि भएको छ । यस क्षेत्रमात्र नभएर स्थानीय प्रसारण भएका

सबै क्षेत्रमा कुनै पनि घटना र सन्दर्भका बारेमा एफएमले के भन्छ ? भनेर त्यसपछि आफ्नो धारणा बनाउने प्रवृत्ति बढेको छ ।

(८) रेडियोकर्मीहरूको उत्पादन

रेडियो लुम्बिनी, समुदायमा रेडियो तालिम केन्द्रका रूपमा समेत रहेको छ । कार्यक्रम उत्पादन, प्रस्तुति तथा प्राविधिक सीप सिक्ने प्रवृत्ति बढेको छ भने रेडियोकर्मी बन्न इच्छुकहरू यहाँ सिक्ने अवसर पाइरहेका छन् ।

(९) वृहद र विशाल संस्थागत संरचना

रेडियो लुम्बिनी सूचना र सञ्चारका क्षेत्रमा संलग्न सहकारी संस्था हो । यसमा हाल १३० जति सदस्य रहेका छन् । रेडियो प्रसारणका अतिरिक्त हाल सामुदायिक क्षेत्रमा कम्प्युटर र प्रशिक्षण, इमेल, इन्टरनेट प्रशिक्षणलगायत सूचना प्रविधिसम्बन्धी सुलभ जानकारी दिन (Community Multimedia Centre) समेत भर्खर सञ्चालनमा आएको छ । आगामी दिनमा सहभागिता वृद्धि गर्दै अन्य सेवा र सुविधा वृद्धि गर्ने सोचाइ रहेको छ ।

(१०) आत्मनिर्भर अवस्था

रेडियो लुम्बिनीले मासिक सञ्चालन वा कर्मचारी र अन्य खर्चका लागि अनुदान सहयोग नलिने र त्यसका लागि विज्ञापन, प्रायोजनबाटै सञ्चालन गर्ने सोच बनाएको थियो । सोअनुसार संस्थाले नियमित खर्च सञ्चालन गरी उब्रिएको रकमबाटै मणिग्राम चोकमा करिब ६ लाख ५० हजारमा जग्गासमेत खरिद गरेको छ । यसको सुरुवात शुद्ध संस्थाकै लगानीबाट सुरु भएको थियो । सञ्चालनको करिब १ वर्षपछि मात्र डानिडाले पहिलो सहयोगीका रूपमा उपकरण र तालिम उपलब्ध गराएको थियो ।

स्रोत व्यवस्थापन

(१) जिविस नियमित रूपमा कार्यक्रम प्रसारण

(२) न.पा. कार्यक्रम प्रसारण

(३) गाविस जनप्रतिनिधिहरू रहेको अवस्थामा गाविसहरूबाट कार्यक्रम उत्पादनका लागि सहयोग लिइएको ।

(४) रेडियोका साथी अभियान (२ वर्ष)

(५) उपकरण/तालिमका लागि दातृसंस्थाबाट सहयोग ।

(६) रेडियो सगरमाथाबाट कार्यक्रम र प्रसारण शुल्क ।

(७) स्थानीय सूचना र सन्देशको परिचालन ।

(८) स्थानीय, राष्ट्रिय विज्ञापन ।

(९) कार्यक्रम प्रायोजन ।
(१०) सहयोग ।
(११) तालिम, प्रशिक्षण
(१२) परियोजना सञ्चालन

(११) समुदायको असल मित्र बन्न सक्नु

रेडियो लुम्बिनीले सुरुदेखि नै स्थानीय भाषा, शैली र लबजमा स्थानीय विषयवस्तुलाई प्राथमिकताका साथ प्रसारण गर्ने गरेकाले समुदायले यसलाई मित्रका रूपमा ग्रहण गरेको छ । समुदायको भाषा, संस्कृति, जातीय आदि क्षेत्रमा सबैको सम्मान, गौरव कायम राख्न रेडियो लुम्बिनी बढी सचेत छ । विषयवस्तुलाई भरसक यथार्थ वास्तविक रूपमा प्रस्तुत गरिने कारण समुदायले यसका कार्यक्रमलाई बढी महत्त्व दिएको हो ।

(१२) विकास, निर्माणमा प्रेरणा

रेडियो कार्यक्रमबाट प्रेरित भई स्थानीयस्तरमा सडकदेखि अन्य निर्माणका कार्यमा समुदाय सहभागी भएको र त्यस्ता कार्यमा सहयोगी निकायको सम्पर्कसमेत गराउने कार्य भएको छ ।

(१३) कुशल प्राविधिकको विकास

रेडियो लुम्बिनीको आन्तरिक अवस्थाले गर्दा सिक्दै अगाडि बढ्नेक्रममा प्रविधिको क्षेत्रमा दह्रो जनशक्ति तयार भएको छ । रेडियो स्टेशन स्थापनाको प्राविधिक पक्ष उपकरण जडान र मर्मतसमेत गर्ने क्षमता विकास भएको छ ।

समस्याहरू

(१) आर्थिक व्यवस्थापन

सुरुमा जसरी पनि प्रसारण गर्ने हतारो मनस्थितिले उपकरण व्यवस्था गरिएको हुँदा र आवश्यक तर अतिरिक्त देखिने उपकरण व्यवस्था नगर्दा त्यसतर्फ नियमित लगानी बढिरहने अवस्था रह्यो । अर्कोतर्फ सामुदायिक चरित्र नै मेटाएर विज्ञापनमा हामफाल्न नसकिने अवस्थाले आवश्यक मात्रामा व्यापार हुन सकेन । विज्ञापन वा व्यापारलाई यथास्थितिमा राख्दै बाह्य अनुदान र सहयोगमा तालिम र उपकरणको व्यवस्थान राम्रोसँग गर्न सकिएका कारण अर्थभावले नै प्रसारणमा अवरोध आउने अवस्था रहेन ।

(२) कार्यक्रमिक सोचको कमी

व्यवस्थापन समितिले रेडियो कार्यक्रमतर्फ कम ध्यान दिने गरेको अवस्थामा कार्यक्रमको प्रभावकारिताको अनुगमन नहुन सक्छ । समितिका बैठकमा कार्यक्रमका बारे अपेक्षाकृतरूपमा कम चासो रहेमा कार्यक्रमको लक्ष र अवस्था प्रष्ट नहुन सक्छ । रेडियोलाई कार्यक्रमिक सोचका हिसाबले कसरी अगाडि बढाउने भन्ने कुरामा स्पष्ट किटानी हुनु जरुरी छ ।

(३) स्पष्ट कार्ययोजना किटान नहुनु

रेडियो लुम्बिनीको स्पष्ट लक्ष्य निर्धारण हुन सकेको छैन । १० वर्षे, ५ वर्षे र १ वर्षे कार्यक्रमिक योजना नबन्दा कार्यक्रमको लक्ष्य, उद्देश्य र यसले समुदायमा पारेको प्रभावको मूल्यांकन हुन नसकेकाले यसको दूरगामी परिणामको मार्ग तय हुन सकेको छैन ।

(४) वृहद र अनियन्त्रित सहभागिता

रेडियो वा सहकारी संस्थामा हाल करिब १५० जनाको हाराहारीमा सदस्य पुगिसकेका छन् । नयाँ सदस्यहरूको क्रम अनियन्त्रित रूपमा बढाउँदै जाँदा ती सदस्यहरूको बाह्य संलग्नताले रेडियो कार्यक्रममा प्रत्यक्ष वा अप्रत्यक्ष असर पार्न सक्ने सम्भावना रहन सक्छ । सामुदायिक रेडियोहरूमा यो प्रवृत्ति समस्याग्रस्त बन्न नदिनेतर्फ समयमा सचेत हुनुपर्ने देखिन्छ ।

(६) न ेटवर्कको अभाव

सामुदायिक रेडियोहरूको आफ्नै नेटवर्क नहुँदा कार्यक्रम र समाचारहरू सुलभ र सहज हुन सकेका छैनन् । रेडियो सगरमाथालगायत अन्य निकायबाट पनि लिन सकिने सहयोग प्रभावकारी रूपमा लिन सकेको छैन ।

(७) कर्मचारीको स्थायित्व

सामान्य र कोरा व्यक्ति सिक्न आउँछन्, संस्थाले अनेक लगानी गरेर सिकाइ-बुझाइ गरेपछि जब उनीहरू तयार हुन्छन्, अन्यत्र जाने अवस्थाले संस्था सधैं तालिम केन्द्रका रूपमा रहनुपर्ने अवस्था रहन गएको छ । यसले गर्दा कार्यक्रमको स्तर बढ्न नसक्ने स्थिति रहेको छ ।

(८) स्रोत र साधनको कमी

स्रोत र साधनको कमीका कारण प्रसारण क्षेत्रभित्रका समुदायमा निरन्तर सम्पर्क गर्न र कार्यक्रम बनाउनुकै लागि ती क्षेत्रमा गइराख्न समस्या छ भने ती क्षेत्रका बासिन्दा कार्यक्रमकै लागि, समाचारकै लागि वा अन्तर्वार्ताका लागि रेडियो स्टेशन धाइराख्न इच्छुक हुँदैनन् । यस अवस्थामा कार्यक्रमका विषयवस्तु,

व्यक्ति आदि निश्चित र सीमित संख्यामा रहने वा रेडियो सानो घेरामा सीमित रहने स्थिति रहन्छ ।

(९) आम्दानी

(क) सामाजिक सन्देश: सामान्यतया सामाजिक सन्देशमा व्यक्ति वा व्यापारिक प्रतिष्ठानहरूले लगानी गर्ने चरित्र अति कम छ । विभिन्न गैरसरकारी संस्थाहरूले प्रसारण गर्ने PSA हरू विज्ञापन एजेन्सीमार्फत आउँदा धेरै कमिसन तिर्नुपर्ने हुन्छ भने विज्ञापन एजेन्सीहरूको भुक्तानी प्रक्रिया अत्यन्त सताउने प्रवृत्तिको छ । निश्चित कामको निश्चित समयमा भुक्तानी हुँदैन । अर्कोतर्फ विभिन्न रेडियोहरूको अस्वस्थ प्रतिस्पर्धाले न्यूनतम प्रसारण दर हात्तीका देखाउने दाँतमात्र हुने अवस्था बढ्दैछ । सरकारका निकाय, जहाँ जनप्रतिनिधि छैनन् ती निकायबाट भरसक सामुदायिक रेडियोबाट तर्किने प्रवृत्ति व्यापक छ ।

(ख) विज्ञापन: विज्ञापन प्रसारणमा अस्वस्थ प्रतिस्पर्धा बढेको छ । रेडियोहरूको अस्वस्थ्य प्रतिस्पर्धाको फाइदा विज्ञापन एजेन्सीहरूले उठाएका छन् । यस अवस्थामा कतिपय एजेन्सीहरू रकम नै नतिरी भागेका छन् । कतिपयले भुक्तानी प्रक्रियामा अत्यन्त सताउने गरेको समेत पाइन्छ ।

(१०) सरकारी नीति

सामुदायिक रेडियोहरू समुदाय र राष्ट्र विकासका लागि प्रेरक अंग हुन् भन्ने कुरा राज्यले महसुस गरेको छैन । विशुद्ध व्यापारिक रेडियो र सामुदायिक रेडियोहरूमा सरकारका तर्फबाट तुलनात्मक रूपमा सास्ती सामुदायिक रेडियोहरूले नै पाउने गरेका छन् । आयकरदेखि मूल्य अभिवृद्धि करसमेत पारदर्शिताका कारण सामुदायिकहरूले नै बढी तिर्नुपर्छ । तर सुविधाका क्षेत्रमा कुनै प्राथमिकता छैन । कार्यक्रमको क्षेत्रमा सामुदायिक रेडियोहरू सरकारी कामका आलोचक हुने भएकाले सरकार यी रेडियोप्रति बढी सशंकित भएको देखिन्छ ।

(११   अपारदर्शी शैली

सामुदायिक सञ्चारमा संलग्न कतिपय संस्थाहरूले दाताहरूबाट रकम ल्याई टोकनस्वरूप रेडियोमा पठाउने तर सामुदायिक रेडियोहरूलाई सवल बनाउन दाताहरूसँग सोझै सम्पर्क नगराउने, कुनै कारणले दाताहरूसँग सम्पर्क गरेमा सम्बन्ध बिगार्ने गरेका अनुभव रहे । यी कार्यमा वा सोझै बोट चिन्ने कार्यमा प्रयत्नशील हुनुपर्छ ।

सम्भावना

रेडियो लुम्बिनी वा कुनै पनि सामुदायिक रेडियोहरूले गर्नुपर्ने धेरै कार्यहरू छन् । रेडियोलाई वास्तविक रूपमा सामुदायिक बनाउन र रेडियोमार्फत उपलब्ध गराउन सकिने सम्भावना भएका यी विषयहरू रहेका छन् ।

(१) रेडियोहरूबीच सञ्जाल निर्माण

हाल सामुदायिक रेडियोहरूबीच प्रभावकारी सञ्जाल र समन्वयन गर्ने निकाय नभएका कारण सामुदायिक रेडियोहरू विभिन्न क्षेत्रमा ठगिएका छन् । विज्ञापन, प्रायोजित कार्यक्रमदेखि अन्य क्षेत्रमा साझा हितलाई अगाडि बढाउनुपर्ने छ । यसले एउटाले प्राप्त गरेका सूचना र अन्य कार्यक्रम आदान-प्रदान गरी खर्च घटाउन सकिन्छ । अर्कोतर्फ दाताहरूसँग सोझै सम्पर्क बढाई सामुदायिक रेडियोको हितमा परिचालन गर्न सक्ने अवस्था रहन्छ ।

पश्चिम क्षेत्रका रेडियोहरूका लागि रेडियो लुम्बिनी स्रोत केन्द्रको रूपमा विकसित हुन सक्छ ।

(२) सामुदायिक सञ्चारका अन्य विधाको प्रयोग

रेडियो लुम्बिनीले रेडियो प्रसारणबाहेक CMC समेत सञ्चालन गरेको छ । यसैगरी MS Nepal सँग साझेदारीमा ग्रामीण क्षेत्रमा सूचना प्रवाह गर्न सञ्जाल निर्माण गर्ने कार्य भएको छ । यसैगरी ग्रामीण पत्रिका र सामुदायिक टी.भी.समेत सञ्चालन गर्न सकिने सम्भावना छ । रेडियो प्रसारणलाई Cable Radio का रूपमा समेत उपयोग गर्न सकिन्छ । छापा माध्यमलाई समेत उपयोग गर्न र सामुदायिक पत्रिका प्रकाशन गर्न सकिने सम्भावना रहेको छ ।

(३) सुशासन र पारदर्शिताका क्षेत्रमा प्रभावकारी हस्तक्षेप

यद्यपि रेडियो लुम्बिनीको अवधारणा सुरु गर्दा हामी विभिन्न कल्पना गर्थ्यौं । तर राजनीतिक अवस्था, साधन र स्रोतको अभावमा हुन सकेको छैन । सम्भावना भने टरेको छैन । यसमा रेडियोले अवस्थाको भेद खोल्ने गर्छ । जस्तो कि दुर्गम क्षेत्रका सरकारी स्कुलमा जाने, त्यहीबाट स्कुलको अवस्थाको बारेमा प्रत्यक्ष प्रसारण गर्ने, शिक्षकहरू आए/नआएको, कक्षामा पढाइ भए/नभएको, शिक्षकहरूका बारेमा विद्यार्थी, अभिभावकका भनाइ र त्यस सम्बन्धमा तालुक निकायको प्रतिक्रिया गर्ने हो भने ग्रामीण क्षेत्रमा सरकारी निकायका कामलाई नियमित गर्न सकिन्छ ।

(४) खास क्षेत्रमा खास विषयमा आवधिक परिवर्तन

यी कुराहरू कार्यक्रमको प्रभावकारितामा निर्भर हुन्छ । यस्ता कार्यक्रमहरू कुनै क्षेत्रविशेष तोकेर त्यसभित्रका निश्चित विषयवस्तुमा गरिने कार्यक्रमले प्रत्यक्ष अनुभव गर्न सकिने परिवर्तन ल्याउन सकिन्छ । तर संस्थाले योजनाबद्ध रूपमा कार्यक्रम केन्द्रित गर्नुपर्छ (मर्चवारको पोत/पानी) शिक्षा, स्वास्थ्य, कृषि) ।

(५) ग्रामीण क्षेत्रमा सूचना सञ्जाल निर्माण

हालसम्म तुलनात्मक रूपमा सुविधायुक्त स्थानका गतिविधिहरूले समाचारका रूपमा स्थान पाउँदै आएका छन् । तर यसलाई प्रसारण क्षेत्रका हरेक गतिविधि प्रसारण गर्न सकिने बनाउन सूचना सञ्जालका रूपमा विकास गर्नुपर्ने छ ।

भरत भुसाल रेडियो लुम्बिनीका संस्थापक अध्यक्ष एवं पूर्व प्रबन्धक हुन् ।

अनुसूची ४

नेपालमा सामुदायिक रेडियो अनुभव आदान-प्रदान

गुणाकर अर्याल
स्टेशन प्रबन्धक
रेडियो मदनपोखरा

सामुदायिक रेडियोको विकास क्रमलाई हेर्दा ५७ वर्षअघि ल्याटिन अमेरिकाको बोलिभियामा सन् १९४७ मा स्थापित ‘माइनर्स’ रेडियोलाई सम्झनुपर्छ । त्यहाँको गरिबी र सामाजिक अन्यायले यसलाई जन्मायो । खानीमा काम गर्नेहरूले आफ्ना लागि व्यवस्थित र स्वच्छ वातावरणमा काम गर्न आफैं संगठित भई यो रेडियोको प्रारम्भ गरे । त्यस्तैगरी अर्को अग्रणी सामुदायिक चरित्रको रेडियो यसै साल कोलम्बियामा सुरु भयो । किसानहरूको हकहितका निम्ति अगुवाइ गऱ्यो । सामुदायिक रेडियोको आन्दोलनमा नेतृत्वकारी रेडियोको रूपमा यसलाई सम्झनुपर्छ ।

हाम्रो देशको सन्दर्भलाई हेर्दा नेपाली जनताले प्रजातन्त्र प्राप्तिका लागि गरेको २०४६ को लामो संघर्ष र बलिदानीपूर्ण जनआन्दोलनको परिणामस्वरूप प्राप्त गरेको अधिराज्यको संविधान- २०४७ लाई सम्झनुपर्छ । यसले प्राथमिकता साथ प्रत्याभूत गरेको विचार अभिव्यक्तिको स्वतन्त्रता तथा जनताको सुसूचित हुन पाउने हकको संरक्षण गर्न राष्ट्रिय सञ्चार नीति २०४९, सोही नीतिअनुसार राष्ट्रिय प्रसारण ऐन २०४९ र सोही ऐनकै अधिनमा रही राष्ट्रिय प्रसारण नियमावली २०५२ को निर्माण भयो । यही नीति, नियम र ऐनकै परिधिभित्र रही २०५४ सालमा सर्वप्रथम रेडियो सगरमाथाले अनुमति पाई आफ्नो प्रसारण आरम्भ गऱ्यो । यसपछि काठमाडौंदेखि बाहिर रहेको रेडियो मदनपोखराले २०५५ सालमा प्रसारण अनुमति प्राप्त गऱ्यो । यसले २०५३ देखि सञ्चालन गर्दै आएको माडी अडियो टावर (सामुदायिक प्रसारण) बन्द गरी २०५६ सालदेखि सामुदायिक रेडियो प्रसारण प्रारम्भ गऱ्यो । यसैगरी रेडियो लुम्बिनी रुपन्देही,

हिमचुली एफएम पोखरा, स्वर्गद्वारी एफएम दाङ, मेट्रो एफएम काठमाडौं, पर्यावरण सामुदायिक एफएम ललितपुर सञ्चालनमा आए । हालमा निजी क्षेत्रमा सञ्चालन भइरहेका र अनुमति प्राप्त गरिसकेका एफएम रेडियो स्टेशनहरूको संख्या ५६ पुगिसकेको छ भने यसमध्ये सामुदायिक रेडियो स्टेशनहरूको संख्या केबल २० मात्र छ । अहिलेसम्म सामुदायिक रेडियो स्टेशनहरूको प्रकृतिलाई हेर्दा गैरसरकारी संस्था, स्थानीय निकाय र सहकारी संस्थाहरूमार्फत सञ्चालित देखिन्छन् ।

छोटकरीमा भन्दा सामुदायिक स्वामित्व र व्यवस्थापनमा गैरनाफामुखी उद्देश्यले सञ्चालित विकासे रेडियोलाई सामुदायिक रेडियो भन्न सकिन्छ । यसमा जोडिएको फुर्को 'सामुदायिक' ले व्यापक अर्थ दिन्छ र यसैमा यसका सम्पूर्ण विशिष्टताहरू निहित छन् । अर्को अर्थमा भन्दा समुदायको खाँचो पहिचान गरी त्यसलाई सजिलै पूरा गर्न साधनको रूपमा सञ्चालन गर्ने जनमाध्यम हो सामुदायिक रेडियो । यसको साध्य सामुदायिक हितवर्द्धन नै हुन्छ । समुदायको सहभागितामा योजना निर्माण हुन्छ, कार्यान्वयन हुन्छ र मूल्यांकन हुन्छ । रेडियोको मालिक समुदाय हुन्छ । परिणामको भागिदार पनि समुदाय नै हुन्छ । समुदायको चाहनाबमोजिमको कार्यक्रम निर्माण र प्रसारण हुन्छ । यसरी समुदायले समुदायका निम्ति चलाउने स्वतन्त्र रेडियो यथार्थमा सामुदायिक रेडियो हो । सामुदायिक रेडियोको अनुहार बुझ्न यसभित्रका सहभागीहरू, कार्यशैली, कार्यक्रमका विषयवस्तु, सांगठनिक स्वरूप र उद्देश्यलाई नियाल्नुपर्छ ।

सामुदायिक रेडियोलाई शैक्षिक रेडियो, धार्मिक रेडियो, सांगीतिक रेडियो, फार्म स्टेशन, स्थानीय रेडियो, ग्रामीण रेडियोजस्ता विविध नामले पुकारिन्छ तापनि सारमा सबै सामुदायिक रेडियोकै स्वरूप हुन् ।

सामुदायिक रेडियोको आवश्यकता र सम्भावना

दुर्गम क्षेत्रमा सूचनाको पहुँच

तराई पहाड र हिमाली प्रदेशको सबै ठाउँमा यातायात र सञ्चारको सर्वसुलभता पाइँदैन । विकट क्षेत्रका बस्तीहरूमा राजधानीका पत्रपत्रिका पुग्न पनि १०/१२ दिन लाग्ने हुन्छ । सूचना र सञ्चारको पहुँचबाट विमुख यस्ता बस्तीहरूलाई ताजा ज्ञान, सूचना र मनोरञ्जन प्रदान गर्न स्थानीय रेडियोहरूको स्थापना र सञ्चालनले ठूलो भूमिका खेल्न सक्छ ।

जनचासो

नयाँ कुरा थाहा पाउन खोज्नु मानवीय स्वभाव हो। सुगम क्षेत्रका मानिसहरूमा आएको नयाँ परिवर्तनबाट दुर्गम क्षेत्रका मानिसहरू पनि लालायित हुन्छन्। सूचना र सञ्चारप्रतिको बढ्दो आकर्षणले अधिकांश जनसंख्यालाई आफ्नो रेडियो स्टेशन स्थापना गर्न प्रेरित गरेको पाइन्छ। यसरी बढ्दो जनचासोलाई हेर्दा स्थानीय रेडियो स्टेशनको स्थापनाका लागि प्रशस्त सम्भावना देखिन्छ।

सस्तो, सुलभ र सजिलो माध्यम

टेलिभिजन, छापा पत्रकारिता, एफएम रेडियो स्टेशनको तुलनामा एफएम रेडियो स्टेशनको स्थापना सस्तो, सुलभ र सजिलो मानिन्छ। सामुदायिक क्षमताको आधारमा आर्थिक रूपले कम भार पर्ने, उच्च प्रविधिको व्यवस्था गर्नु नपर्ने, स्थानीय जनशक्तिलाई प्रदान गरिने प्रशिक्षणबाट सजिलै सञ्चालन गर्न सकिने, विद्युत् अभाव क्षेत्रमा पनि वैकल्पिक ऊर्जा स्रोतका रूपमा सौर्यशक्तिबाट उपकरण सञ्चालन गर्न सकिने भएकाले स्थानीय क्षेत्रका लागि एफएम रेडियो स्टेशनको स्थापनाको सम्भावना बढी देखिन्छ।

स्थानीय जनशक्ति

स्थानीय क्षेत्रका विद्यालय, युवा क्लबहरू, आमा समूह, महिला संगठन, उत्पीडित समूह, बाल क्लबहरूबाट जनशक्ति उपलब्ध गराई प्राविधिक तयार गर्न र रेडियो कार्यक्रम सञ्चालन गर्न सजिलो हुन्छ।

विभिन्न संघ-संस्थाबीचको समन्वय

स्थानीय क्षेत्रका विभिन्न गैरसरकारी विकासे संघ-संस्थाहरूबीच समन्वय कायम गरी सामुदायिक विकासका कार्यक्रमहरूको उत्पादन र प्रसारण स्थानीय रेडियोलाई आर्थिक टेवा पनि पुग्ने र सामुदायिक सचेतना वृद्धि गर्न पनि सजिलो हुने हुन्छ। त्यस्तैगरी सरकारी संघ-संस्थाहरूको बीचमा एवं गाविस/गाविस तथा गाविस/नपाहरूको बीचमा पनि समन्वय कायम गरी रेडियोको विविध पक्षलाई बलियो बनाउन सहयोग जुटाउन सकिन्छ।

स्थानीय ज्ञान, सीप, कला, भाषा र संस्कृतिको संरक्षण

स्थानीय रेडियो स्टेशनको स्थापनाले स्थानीय क्षेत्रका परम्परागत ज्ञान,

सीप, कला, भाषा र संस्कृतिको संरक्षण गर्नमा अद्वितीय भूमिका निर्वाह गर्न सक्छ । आधुनिकताको अतिक्रमणले लोप हुन लागेका सबै पक्षलाई पुनर्जीवित गर्छ । बाह्य हस्तक्षेपलाई नियन्त्रण गर्छ ।

जनसहभागिता

सबै वर्ग, पेशा, तह र तप्काको आवश्यकता पहिचान गरी सहभागितात्मक कार्यक्रम उत्पादन गरिने हुँदा जनसहभागिताको वृद्धि हुन्छ । समस्यामा डुबुल्की मारिरहेकालाई मन छुने कार्यक्रमले समस्याको समाधान गर्दा रेडियोप्रतिको विश्वास बढेर जान्छ र श्रोता सहभागिता पनि बढ्दै जान्छ ।

प्रत्यक्ष फाइदा

यातायात दुर्घटना, आगलागी, चोरी हुँदा उद्धार कार्यका लागि शीघ्र प्राप्त गर्ने सूचना, आवाजविहीनहरूका लागि सहयोगी आवाजको भूमिका निर्वाह, घरेलु हिंसाको न्यूनीकरण, आधुनिक कृषि प्रणालीको ज्ञान, प्रशासनिक ढिलासुस्तीको न्यूनीकरण, विकास निर्माणका कार्यमा उत्प्रेरणा, साधन स्रोतको उचित परिचालन, सुव्यवस्था र सुशासन सञ्चालन गराउन तथा स्वस्थ मनोरञ्जन प्रदान गर्नमा रेडियो शक्तिले खेल्ने भूमिकाद्वारा समुदाय प्रत्यक्ष रूपबाट लाभान्वित हुन्छन् ।

स्वामित्व बोध

समुदायको दलित, उत्पीडित, उपेक्षित, महिला, श्रमिक, किसानका दुःख-सुख, उन्नति, प्रगतिका कुरा बोल्ने, समुदाय आफैं सहभागी हुने, रेडियो सञ्चालनको व्यवस्था पनि समुदायले नै गर्ने हुँदा समुदायले यसको प्रगतिमा आफ्नो प्रगति र यसको अवनतीमा आफ्नो नोक्सानी ठान्छन् । समुदायलाई आफ्नो रेडियोप्रति स्वामित्व बोध हुन्छ । यसले सामुदायिक रेडियोको स्थापना र दिगो विकासका निम्ति समेत ठूलो सम्भावना देखिन्छ ।

आफ्नै भाषा शैली

सामुदायिक रेडियोमा सम्बन्धित समुदायकै जनशक्ति तथा व्यक्ति विशेषको प्रभाव बढी हुने हुँदा रेडियोको कार्यक्रमहरू पनि त्यहीकै सरोकार र चासोका विषयमा आधारित हुन्छन् । उनीहरूबाट बोलिने भाषा शैली र तौर तरिका पनि

समुदाय सापेक्ष नै हुन्छ जसले गर्दा प्रसारित सामग्रीहरू समुदायले प्रष्टसँग बुझ्न र मनन गर्न सक्छन् ।

कठिनाइ र चुनौती

१. *आर्थिक*

सामुदायिक रेडियोहरूलाई सामुदायिक सन्देशहरू प्रसारण गर्नमा मन्त्रालय, विभाग र सरकारी कार्यालयहरूको प्रेरणा र प्रोत्साहन छैन । करोडौं रुपैयाँका सरकारी विज्ञापनहरू व्यापारिक सञ्चारमाध्यमबाट प्रसारण गरिन्छ । सामुदायिक रेडियोहरूले एकातिर बहुराष्ट्रिय कम्पनीका उत्पादन सामग्रीको विज्ञापन नबजाउने र अर्कोतिर स्थानीय स्तरको आयस्रोतहरू अत्यन्त न्यून हुने कारणले आर्थिक समस्या नै ठूलो चुनौतीको रूपमा रहेको छ ।

२. *अव्यवहारिक सरकारी नीति*

अचेल इजाजतपत्रका निम्ति सरकारले मुठी खुकुलो गराएकै हो । यसैको परिणामस्वरूप नै आज नेपालमा एफएम रेडियो स्टेशनहरूको संख्यात्मक वृद्धि भएको छ । धमाधम स्टेशनहरू खोलिँदैछन् । तर संख्यात्मक वृद्धिको अलावा गुणात्मक वृद्धि भने हुनसकेको छैन । सरकारी तवरबाट स्पष्ट प्रसारण नीति तय भएको छैन । व्यापारिक र सामुदायिक रेडियो स्टेशनहरूको परिभाषा छैन । दर्ता शुल्क, नवीकरण शुल्क र रोयल्टी दर सबै तहका रेडियो स्टेशनलाई समान छ जसले स्थानीय सामुदायिक रेडियोलाई घुँडा टेकाएको छ । सरकारी प्रतिनिधि र रेडियो प्रसारकहरूको प्रतिनिधि संलग्न संयुक्त 'प्रसारण व्यवस्था समिति' नहुनाले सामुदायिक रेडियो स्टेशनहरूको मूल्यांकन र अनुगमनको कुनै परिपाटी छैन । रेडियो स्टेशनको अनुमति दिँदा भौगोलिक क्षेत्र र दूरीको मापदण्ड कायम गरेर नभई शक्ति र शहरको मापदण्ड कायम गरिएको आभास हुन्छ । सञ्चारको पहुँच नभएको ठाउँमा स्थानीय रेडियो स्टेशनको अभाव छ भने सञ्चार प्रविधिको सुविधायुक्त शहर बजारहरूमा नै धेरै रेडियो स्टेशनहरू स्थापना भइसकेका छन् । यसमध्ये पनि गाउँघरका सामुदायिक रेडियो स्टेशनहरूको संख्या त झनै नगन्य छ । यसरी क्षेत्र, दूरी, संख्या र ट्रान्समिटर क्षमताको वास्तै नगरी वितरण गरिने रेडियो स्टेशनको इजाजतपत्रले उदारता र सस्तो लोकप्रियता कुम्ल्याउनेबाहेक विकासलाई टेवा दिन्छ भन्न सकिन्न । उदारताको यो मापदण्डले भोलिका दिनमा केही पुँजीवालहरूका निम्ति मात्र शुभ-लाभको माध्यम हुन्छ । हुनेखानेले

भए खानेहरूमाथि सूचना साम्राज्य फैलाउने ढोका खुल्छ । सरकारी नीति यही रह्यो भने 'सबै जोगी मर, मेरै तुम्मो भर' हुन्छ । नेपाललाई दुई भाग लगाएर शक्तिशाली ट्रान्समिटरको सहायताले काठमाडौंबाटै पूर्व मेचीसम्म एउटा 'पूर्वी रेडियो स्टेशन' र पश्चिम महाकालीसम्म एउटा 'पश्चिमी रेडियो स्टेशन' ले नेपालको पूर्णसञ्चार विकासको ठेक्का लिन सक्छन् । त्यतिबेला सामुदायिक रेडियोको अस्तित्वमाथि प्रहार हुनेछ । भोलि त्यो दिन नआउला भन्न सकिन्न ।

३. *सामुदायिक रेडियो प्रसारकहरूको स्पष्ट नीतिको अभाव*

सामुदायिक रेडियो सञ्चालकहरूको पनि आफ्नो स्पष्ट नीतिको अभाव छ । जति रेडियो स्टेशन छन् त्यति नै वैयक्तिक नीतिहरू छन् । सामुदायिक रेडियो स्टेशनका निश्चित विशेषता, चरित्र, सिद्धान्त र त्यसको निश्चित कार्यान्वयन पाइँदैन । सामुदायिक रेडियो स्टेशनहरूलाई अभियानका रूपमा लैजानुपर्छ भनेर उपदेश दिने संघ-संस्थाहरू धेरै पाइए तर गाइडिङ फोर्सको भने अभावै रह्यो । बैठक, सेमिनार र गोष्ठीमा आदर्शका ठेली धेरै फिजाइए तर स्टेशनमा जाँदा 'मेरो गोरुको बाह्रै टक्का' भने जस्तै सबैले आ-आफ्नै तौर तरिकाबाट स्टेशन चलाइएको छ । सामुदायिक रेडियो स्टेशनहरूको विधान, विनियमावली, सांगठनिक स्वरूप, चारित्रिक विशेषता, परिदृश्य उद्देश्य/लक्ष्य, आचारसंहिता, सम्पादकीय नीति, विज्ञापन नीति, संगीत नीति, योजना निर्माण र कार्यान्वयनका क्षेत्रमा नीतिगत भिन्नता पाइन्छ । व्याख्या विश्लेषण र कार्यान्वयनको भिन्नताको कारणले सामुदायिक रेडियो अभियानले आशातीत गति लिन नसकेको अभास हुन्छ ।

४. *अस्वस्थ प्रतिस्पर्धा*

सरकारले बिनाआधार एउटै स्थानमा प्रदान गरेका धेरै रेडियो स्टेशनको अनुमतिले आपसमा अस्वस्थ प्रतिस्पर्धा जन्माएको छ । मुलुकका अधिकांश पिछडिएका क्षेत्रमा स्थानीय रेडियो स्टेशनको आवश्यकतालाई नकारिएको छ भने साधन स्रोतका हिसाबले सम्पन्न क्षेत्र जस्तैः काठमाडौं, चितवन, रुपन्देही, पाल्पा र कास्कीमा आवश्यकताभन्दा बढी व्यापारिक तथा सामुदायिक रेडियो स्टेशन खोल्ने अनुमति दिइएको छ । यसले एकातर्फ सञ्चार मन्त्रालयको हचुवा र गैरजिम्मेवारीपूर्ण सोच हो भन्ने प्रष्ट हुन्छ भने अर्कोतर्फ स्टेशनहरूबीच अस्वस्थ प्रतिस्पर्धा हुने देखिन्छ । समुदायको आवश्यकता पहिचान नगरी भिन्न-भिन्न रेडियो स्टेशनहरूले एकै खालका कार्यक्रमहरू एकै समयमा प्रसारण गर्ने, एउटा

प्रायोजित कार्यक्रम तथा विज्ञापनको क्षेत्रमा लुछाचुडीको अवस्था पैदा हुनु अस्वस्थ प्रतिस्पर्धामा देखिने चुनौतीहरू हुन् । यसले कार्यक्रमको गुणस्तरमा ह्रास ल्याउँछ र सामुदायिक जिम्मेवारी तथा स्टेशनको उद्देश्य पूरा हुन सक्दैन ।

५. समुदायको बढ्दो चाहना र आकांक्षा

रेडियो स्टेशनको सीमित साधन र स्रोतभित्र रहेर बढ्दो जनचाहना र आकांक्षाअनुरूप समुदायलाई सेवा पुऱ्याउनु पनि एक सशक्त चुनौतीका रूपमा लिन सकिन्छ । यो चाहना र आकांक्षा पूरा गर्न समुदायमै अन्तर्निहित शक्ति र सम्भावनाहरूलाई नै सशक्त रूपबाट परिचालन गर्नुपर्छ । रेडियोबाट केही लिन रेडियोलाई केही दिनु पनि पर्छ तर यो आपसी लेनदेनको उदार भावना समुदायमा स्थापित गर्नु पनि एउटा अर्को चुनौती हो । किनकि समुदायमा उक्त किसिमको उदार भावनाको विकास अझै भई नसकेको अवस्था विद्यमान छ ।

६. अशिक्षा र गरिबी

अशिक्षा र गरिबीले प्रभावित हाम्रो समाजमा रेडियोको सामुदायिक उद्देश्यहरू पूरा गर्नमा बाधा पारेको पाइन्छ । रेडियोको लक्षित समुदायभित्र मूलत: अशिक्षित, गरिब, महिला र उत्पीडित जनजातिहरू पर्ने भएकाले उनीहरूको दैनिक जनजीवन न्यूनतम आवश्यकता परिपूर्तिमा नै व्यस्त हुन्छ । त्यसैले उनीहरूका लागि प्रसारित रेडियो कार्यक्रमहरू आशातीत परिणाममुखी बनाउन कठिन हुन्छ जुन कुरा चुनौतीको अर्को विषय हो ।

७. राजनीतिक अस्थिरता

हालको राजनीतिक अस्थिरताको कारणले समुदाय जनप्रतिनिधिविहीन बन्न पुगेको छ । फलस्वरूप जिम्मेवार अंग तथा प्रतिनिधिहरूमार्फत सामुदायिक क्रियाकलाप सञ्चालन गर्न/गराउनमा कठिनाइ उत्पन्न भएको छ । जसले गर्दा सामुदायिक सचेतनाका कार्यक्रमहरूले पर्याप्त गति लिन सकिरहेका छैनन् जुन कुरा एक चुनौतीको रूपमा रहेको छ ।

८. व्यक्तिवादी प्रवृत्ति

सञ्चारकर्मी तथा रेडियोसँग सम्बद्ध प्राय: सबै तहका अधिकांश व्यक्तिहरू संस्थागत रूपले भन्दा बढी व्यक्तिगत रूपले हावी हुन खोज्ने प्रवृत्ति देखा पर्न

सक्छ । सञ्चारकर्मीहरू व्यक्ति विशेषप्रति बढी झुकाव राख्ने, समुदायको मूल्य र मान्यतालाई कम आक्ने, नक्कल गर्ने शैलीको अवलम्बन, भर्पाइवादी भावनाको विकासजस्ता व्यक्तिवादी शैलीहरू पनि ठूलो समस्या र चुनौतीको रूपमा खडा हुनसक्छन् ।

९. *संस्थागत संरचना*

सामुदायिक रेडियो सञ्चालन गर्ने सांगठनिक स्वरूप कहाँ, कस्तो अवस्थामा, कुन उपयुक्त हुन्छ भन्ने निक्यौंल भएको छैन । यसले गर्दा सामुदायिक रेडियोको गुण तथा विशेषताहरूमा नै विविधता पाइन्छ । यदाकदा भनाइमा सामुदायिक र गराइमा नितान्त व्यक्तिगत लाभ आर्जन गर्ने संस्थाका रूपमा उपयोग हुने अवस्थाको सिर्जना हुने सम्भावना देखिन्छ ।

१०. *सञ्चारकर्मीहरूमा रचनात्मक क्रियाशीलताको अभाव*

अधिकांश रेडियोकर्मीहरूमा अध्ययनशील वानी, भाषिक क्षमता,, सिर्जनशीलता, सामुदायिक सम्पर्कमा आउने बानी, अनुसन्धानात्मक शैली, सभ्य र शिष्ट व्यवहार, बोलीमा मधुरता, अनुशासन र आचारसंहिताको पालनामा कमी रहेको पाइन्छ । जसले गर्दा गुणस्तरीय कार्यक्रमको उत्पादन र प्रसारण हुन सक्दैन । यसले गर्दा समुदायलाई दिन खोजिएको सन्देश अपुरो र प्रभावकारी हुन सक्दैन ।

११. *यातायात तथा सञ्चारको असुविधा*

भौगोलिक विकटताको कारणले मुलुकको अधिकांश ग्रामीण बस्तीमा यातायात तथा सञ्चारको असुविधा व्याप्त छ । सूचना संकलन गर्न तथा समुदायको पहुँच रेडियोसम्म पुऱ्याउन यातायात व्यवस्था र टेलिफोन सेवाको अभाव चुनौतीको रूपमा खडा भएको छ ।

१२. *उपकरण मर्मत सेवा केन्द्रको अभाव*

विद्युतीय सञ्चार माध्यममा प्रयोग हुने आधुनिक उपकरणहरूको मर्मत-सम्भार गर्ने प्राविधिकहरूको अभावले सधैँ काठमाडौंकै मुख ताक्नुपर्ने अवस्था सिर्जना भएको छ । समयमा सेवा उपलब्ध नहुनाले धेरै रेडियो स्टेशनहरूले

एकातिर मर्मत-सम्भार अवधिभर प्रसारण बन्द गर्नुपर्ने र अर्कोतर्फ अनभिज्ञताका कारण अनावश्यक लागत खर्च व्यहोर्नुपर्ने हुन्छ ।

१३. *केन्द्रिकृत मिडिया सपोर्ट व्यवस्था*

सञ्चार क्षेत्रमा आर्थिक तथा भौतिक सहयोग गर्ने गैरसरकारी संस्थाहरू काठमाडौंमा मात्र केन्द्रिकृत भएकाले पहुँचवालाहरूका लागि मात्र सहयोगी बन्न पुगेको छ । यथार्थ वस्तुस्थिति र आवश्यकताको पहिचान गरी सहयोग उपलब्ध गराउन पहल गर्ने सामुदायिक रेडियो स्टेशनहरूको प्रतिनिधिसमेत भएको सांगठनिक संयन्त्र नभएकाले समुदायले यस्ता संस्थाको सहयोगबाट उच्चतम प्रतिफल लिन सकेका छैनन् ।

१४. *सरकारद्वारा दुरुपयोग गरिने कानुनी चरणहरू*

सरकारले प्रसारणका माध्यमहरूलाई विश्वसनीय, प्रभावकारी सुदृढ, जिम्मेवार र उत्तरदायी बनाउन प्रयास गर्नुपर्छ । तर यसैको नाममा झन्झटिलो र बोझिलो शर्तहरू थोपरेर प्रसारण संस्थाहरूलाई हायल-कायल पार्ने सरकारी रवैया सबैलाई चुनौतीको विषय बनेको छ । उदाहरणका लागि राष्ट्रिय प्रसारण ऐन- २०४९ को दफा ३ मा उल्लिखित प्रसारणसम्बन्धी कार्यक्रमको रेखदेख र सञ्चालनको नीतिनिर्माण गर्ने अधिकार प्रयोग गरी श्री ५ को सरकारले प्रसारण संस्थाहरूको नाममा मिति २०५७।९।१८ र २०५७।१०।२ मा थोपरेका शर्तहरू

१५. *सामूहिक संयन्त्रको अभाव*

राष्ट्रिय अन्तर्राष्ट्रिय सहयोग जुटाउन, प्रसारण नीतिनिर्माणका क्रममा सल्लाह-सुझाव पठाउन, श्री ५ को सरकारबाट हुने ज्यादतीविरुद्धमा आवाज उठाउन तथा कुनै सामुदायिक रेडियो स्टेशनमाथि आइपर्ने समस्यालाई सामूहिक रूपबाट निराकरण गर्ने संयन्त्रको अभाव छ ।

१६. *स्थापित सामुदायिक संस्कृतिप्रतिको प्रहार*

सञ्चालनमा रहेका सामुदायिक रेडियो स्टेशनहरूको प्रयासले समुदायमा हुने बाह्य संस्कृतिको हस्तक्षेपलाई निरुत्साहित गरी (हिन्दी अंग्रेजी गीत नबजाई) राष्ट्रिय भाषा, लोकसंस्कृति र परम्परागत असल संस्कारको जगेर्ना गर्न खर्चेको प्रयासलाई व्यावसायिक रेडियोहरूले प्रसारण गर्ने केही कार्यक्रमहरूबाट सोझै

असफल पार्न सक्ने सम्भावना देखिन्छ जसले गर्दा 'कुलो लग्यो पैह्राले जस्तो तस्तै' भन्ने उखान चरितार्थ हुन्छ ।

१७. *अनुगमन र मूल्यांकन*

श्री ५ को सरकार तथा रेडियोसँग सम्बन्धित अन्य सबै निकायहरूमा अनुगमन र मूल्यांकनको प्रणाली कमजोर हुनाले अर्को चुनौती निम्त्याएको छ । रेडियोको उद्देश्यअनुरूप कार्य भए/नभएको कुरालाई नियमित रूपमा अनुगमन तथा मूल्यांकन नगर्नाले आगामी कार्यक्रमको दिशा स्पष्ट गर्न सकिँदैन । यसले सम्पूर्ण रेडियो प्रणाली नै दिशाविहीन हुन पुग्छ ।

समस्या समाधानका उपायहरू

सरकारी क्षेत्रमा

- सरकारी/गैरसरकारी संघसंस्थाबाट रेडियो स्टेशनको सेवा उपलब्ध हुने क्षेत्रमा सामुदायिक हितबर्द्धनका सम्पूर्ण विज्ञापन/सामाजिक सन्देशहरू सामुदायिक रेडियो स्टेशनहरूलाई नै उपलब्ध गराउनुपर्छ ।
- सामुदायिक/व्यापारिक रेडियो स्टेशनहरूको सरकारी तवरबाट स्पष्ट परिभाषित हुनुपर्छ । अधिराज्यभरि कुन कुन ठाउँमा के कति रेडियो स्टेशन राख्ने पूर्वयोजना तयार गर्नुपर्छ ।
- ट्रान्समिटर क्षमता निर्धारण गर्नुपर्छ ।
- सामुदायिक रेडियो स्टेशनहरूलाई अनुमतिपत्र दिँदा लाग्ने शुल्क तथा नवीकरण शुल्क अति न्यून गरिनुपर्छ र ५/५ वर्षमा नवीकरण गर्ने व्यवस्था हुनुपर्छ । रोयल्टी निःशुल्क गरिनुपर्छ ।
- सरकारी प्रतिनिधि र सामुदायिक रेडियो प्रसारकहरूको प्रतिनिधि संलग्न व्यवहारिक खालको प्रसारण व्यवस्था समिति हुनुपर्छ यो समस्यालाई बल्भ्काउने होइन कि सुल्भ्काउने खालको हुनुपर्छ । यसलाई रेडियो स्टेशनहरूको अनुमति प्रदान गर्ने, अनुगमन तथा मूल्यांकन गर्ने र दण्ड तथा पुरस्कारको व्यवस्था गर्ने अधिकार हुनुपर्छ ।
- सामुदायिक रेडियोद्वारा समुदायमा स्थापित गरेका मूल्य र मान्यताहरूलाई प्रहार नगर्ने गरी कार्यक्रमको उत्पादन र प्रसारण गर्ने शर्तमा व्यावसायिक रेडियोहरूलाई प्रसारण अनुमति दिनुपर्छ ।

सामुदायिक क्षेत्रमा

- सामुदायिक रेडियोमा समुदायले आफ्नो स्वामित्व र सहभागिता बढाउँदै लैजानुपर्छ ।
- योजना निर्माण, कार्यान्वयन र अनुगमन समुदायले गर्नुपर्छ ।
- रेडियोको संस्थागत, आर्थिक तथा भौतिक विकासका निम्ति समुदायले जिम्मा लिनुपर्छ ।
- समुदायभित्रका विभिन्न सरकारी तथा गैरसरकारी संघसंस्थाहरू तथा नागरिक समाज रेडियोको उन्नति, प्रगतिका निम्ति जिम्मेवार हुनुपर्छ । रेडियोको दैनिक जीवनमा सहभागी हुनुपर्छ । रेडियोको रखबारी गर्नुपर्छ ।

प्रसारक संस्थाहरूको क्षेत्रमा

- गैरनाफामुखी सोंचलाई व्यवहारिक जीवनमा पारदर्शी बनाउनुपर्छ ।
- स्पष्ट नीति, निश्चित विशेषता र विशिष्ट चरित्र कायम हुनुपर्छ ।
- विधान, विनियमावली, अचारसंहिता, सम्पादकीय नीति, विज्ञापन नीति, संगीत नीतिहरूमा नीतिगत समानताको आवश्यकता हुन्छ ।
- सामुदायिक हकहितका निम्ति क्रियाशील र निष्पक्ष योगदान गर्ने आफ्नो बलियो संगठन (प्रसारक संघ) हुनुपर्छ ।

विविध क्षेत्र

- राजनीतिक स्थिरता
- सामुदायिक रेडियोमा काम गर्ने सञ्चारकर्मीहरू सामूहिक हितको भावनाले प्रेरित हुनुपर्छ । नितान्त व्यक्तिवादी र मपाईवादी शैलीहरू परित्याग गर्नुपर्छ ।
- गुणस्तरीय कार्यक्रम उत्पादन र प्रसारणका लागि रेडियोकर्मीहरूमा अध्ययनशीलता, भाषिक क्षमता, अनुसन्धानात्मक शैली, अनुशासित, शिष्ट, सभ्य, सुसंस्कृत र सामुदायिक सम्पर्कमा आउने व्यक्ति हुनुपर्दछ ।
- जनताको समसामयिक खाँचो पूरा गर्ने खालको कार्यक्रम हुनुपर्छ ।



सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्र

नेपाल वातावरण पत्रकार समूह

पो.ब.नं.५१४३,थापाथली, काठमाडौं

फोन: ४२६१९९१ , फ्याक्स :४२६११९१

E-mail :<nefej@mos .com .np>   URL: www.nefej.org